

**AUTORREGULACIÓN DE MEDIOS EN UN MARCO DEMOCRÁTICO**

**International Training Program -ITP- Colombia**

**ASDI-NIRAS**

**CARACTERIZACIÓN DE LA AUTORREGULACIÓN DE MEDIOS  
INFORMATIVOS EN COLOMBIA:**

**DOS APROXIMACIONES, UNA REALIDAD**

*“Un periodismo sin objetivos, no se autorregula, ni entiende la necesidad de autorregularse”: Javier Darío Restrepo. Q.E.P.D*

*(Entrevista al ITP Colombia, 3 de septiembre del 2019)*

**CAROLINA ESCRUCERÍA CLAVIJO**

**CAROLINA MEJÍA ROBLEDO**

**DORA MONTERO CARVAJAL**

**GABRIEL E. LEVY BRAVO**

**JONATHAN BOCK RUIZ**

**JUAN CARLOS GARZÓN BARRETO**

**OTILIO LÓPEZ MERCADO**

**MARISOL CANO BUSQUETS – Facilitadora Nacional**

**Bogotá, D.C., marzo de 2020**

## CONTENIDO

	Pág.
<b>3. INTRODUCCIÓN</b> .....	3
<b>1. MARCO CONCEPTUAL</b> .....	6
<b>2. LA AUTORREGULACIÓN EN EL CONTEXTO COLOMBIANO</b> .....	11
<b>3. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	13
<b>4. OBJETIVOS</b> .....	14
<b>5. APROXIMACIONES AL PROBLEMA</b> .....	15
5.1 VEINTE TESTIMONIOS SOBRE AUTORREGULACIÓN .....	15
5.1.1 Metodología.....	15
5.1.2 Testimonios .....	17
5.2 ANÁLISIS GENERAL CON SOFTWARE NVIVO .....	94
5.2.1 ¿Qué entienden los periodistas colombianos por autorregulación? .....	97
5.2.2 Interpretaciones personales vs. sistemas de autorregulación .....	101
5.2.3 ¿Cómo implementar la autorregulación en nuestros medios? .....	103
5.2.4 Concertar con otros medios.....	104
5.2.5 Creación de mecanismos.....	106
5.2.6 Problemas a los que se enfrenta la autorregulación .....	107
5.2.7 El Papel del Estado.....	110
5.2.8 Autorregulación en Redes sociales.....	115
<b>6. CAJA DE HERRAMIENTAS DE AUTORREGULACIÓN</b> .....	118
<b>7. CONCLUSIONES</b> .....	121
7.1 La comprensión de la autorregulación y los contenidos que se le atribuyen a la noción.....	121
7.2 El balance de experiencias propias y observadas sobre autorregulación.....	124
7.3 Las posibilidades que se encuentran para la autorregulación frente a la actuación del Estado.....	125
<b>8. RECOMENDACIONES FINALES</b> .....	129

### 3. INTRODUCCIÓN

“Caracterización de la autorregulación de medios informativos en Colombia: dos aproximaciones una realidad”, fue una investigación realizada por siete becarios colombianos, escogidos por la Agencia Sueca de Cooperación Internacional para el Programa “Autorregulación de Medios en un Marco Democrático 2019”. En su sentido más concreto, este trabajo presenta una radiografía de las nociones sobre autorregulación en Colombia, que permite comprender el momento actual en que se encuentra esta práctica.

El trabajo va más allá de presentarnos un panorama, busca otorgar insumos útiles para el fortalecimiento de la autorregulación en el país. Este material está sustentando en la investigación de más de un año y el conocimiento adquirido durante el estudio con reconocidos expertos, entre ellos; Joan Barata, Martín Becerra, Finn Rasmussen y Karin Elfving, así como las experiencias recogidas en las visitas a organismos e instituciones de Suecia, Dinamarca y Colombia.

El tema en el que usted se adentrará en este documento y cuya palabra; autorregulación, causa escozor entre muchos en el sector de la comunicación—tal vez por falta de conocimiento—es realmente en otros términos los mecanismos autónomos y responsables, fuera del ámbito jurídico que el periodismo informativo y los medios deben poner en práctica por compromiso con sus audiencias. Pero, sobre todo, por su propio beneficio si se tiene la audacia de pensar la autorregulación como garantía de calidad.

El punto de partida de este trabajo fue mirar por el retrovisor para auscultar la concepción de autorregulación en sus inicios y las primeras prácticas en la materia. Desde las loables intenciones de defensores de lectores en el país que se eclipsaron a pesar de las distinguidas figuras que ejercieron esta tarea, hasta la Ley 335 de 1996—vigente—cuando se instauraron las Defensorías del Televidente, unas de las pocas prácticas autorregulatorias en Colombia que hacen esta labor sistemáticamente. Pese a ello este ejercicio se estancó. Hoy poco se habla de autorregulación. Entonces ¿Qué está pasando en Colombia con la autorregulación?

Para buscar la respuesta a este y otros interrogantes el grupo de trabajo abordó esta investigación desde el método cualitativo. Se consideró como el mecanismo más útil la entrevista y para ello el equipo diseñó 12 preguntas estructuradas para responder a las necesidades del objeto de investigación. Las indagaciones fueron desde una básica definición, ¿qué es la autorregulación? Hasta preguntas sobre el papel de Estado en cuanto a esta figura.

A esta fase le denominados “Colombia dialoga sobre autorregulación” y en relación con su nombre las entrevistas debían representar todo el universo de la geografía nacional con sus mismas voces y pensamientos, desde el Centro hasta las regiones más apartadas del país, desde el medio más grande hasta el más pequeño. Es así

como en este mismo documento pueden concordar o disonar voces como la de Roberto Pombo, director de El Tiempo, una de las casas editoriales mas grandes, con la de Abelardo Gómez, el director de un pequeño en infraestructura, Sitio Web en la ciudad de Pereira llamado La Cola de Rata.

En este sentido se realizaron 78 entrevistas que recogen; medios privados, públicos, institucionales, comunitarios, televisión, prensa, radio, digitales, periodistas, editores, gerentes, defensores de audiencia, académicos y ong's. A todos los personajes se les hizo las mismas preguntas y una vez recopilado el material se procedió a realizar la caracterización.

En esta fase, el grupo optó por una división del trabajo cualitativo, aunque bajo un mismo hilo conductor. En una primera etapa se caracterizaron 20 entrevistas, que aparecen en este documento bajo el título: “veinte testimonios sobre autorregulación”. Se eligieron personas claves que podían darnos luces al cumplir diversos roles en el sector de las comunicaciones y los medios. Con esta delimitación o escogencia de personajes se buscaban unos objetivos precisos como el de conocer ¿Qué comprensión tienen los agentes del sector de la comunicación frente a la autorregulación informativa en Colombia? ¿Qué tanto practican la autorregulación? O ¿qué otros ejemplos conocían diferente al de sus medios?

Posteriormente, a través del software NVivo se analizaron 58 entrevistas para aprovechar sus potentes métodos cualitativos y mixtos que permiten hacer cruces de información y obtener resultados más precisos para lograr revalidar o cuestionar e ir más allá de los primeros resultados de la caracterización.

A efecto de imaginarnos como se trabajó esta etapa, imaginemos un gran río por el que navegan las 78 entrevistas de camino a desembocar en el mar. Las primeras 20 entrevistas se van por un brazo derecho del río. Allí son caracterizadas por el grupo de trabajo y arrojan resultados de gran importancia que soportan la investigación, son las primeras entrevistas con conclusiones que llegan al mar.

Más adelante las 58 entrevistas restante toman el brazo izquierdo y son sometidas a la herramienta NVivo, proyectan igualmente resultados similares a la primera caracterización, aunque la eficacia del software permitir hacer un análisis más detallado, ayuda a encontrar perspectivas, elaborar el análisis comparado, profundizar en ejes temáticos y nodos de información. Por ejemplo: Interpretaciones personales vs. sistemas de autorregulación, o los perfiles que no conocen el significado de autorregulación, entre otros. Estas 58 entrevistas que también llegaron al mar por la otra ruta cargadas de información, se suman a las primeras 20 y fortalecen los hallazgos, se complementan y robustece la investigación.

La caracterización del material en su conjunto arroja similares evidencias. Un concepto poco claro de la autorregulación, no aplicación formal de las mismas en redes sociales, el desconocimiento de otras prácticas autorregulatorias, o a veces

se confunde con autocensura, entre otros hallazgos. Es decir, un mismo panorama desde diferentes ópticas.

Este trabajo nos permite concluir que hay un duro camino para lograr una autorregulación más efectiva. Se requiere la necesidad de una política desde los medios frente al tema y el entendimiento de que la autorregulación demanda ante todo conciencia. La frase del maestro Javier Darío Restrepo en la portada de este trabajo hace referencia a eso, ***“Un periodismo sin objetivos, no se autorregula, ni entiende la necesidad de autorregularse”***.

Por ello, nace la mayor intención de este proyecto, una caja de herramientas, como un instrumento que facilita la comprensión y aplicación de mecanismos de autorregulación, diseñada para un amplio espectro de públicos, que incluye estudiantes, periodistas y directivos de medios de comunicación, docentes y profesionales de áreas afines.

Aspiramos a ayudar al entendimiento de estas prácticas en los medios informativos, que este trabajo sea el espacio propicio para repensar el tema. Confiamos en que algunas reflexiones o ideas sirvan para entender que la autorregulación eleva la calidad periodística, recupera la credibilidad, es fundamental en la democracia y puede ayudar a hacerle frente a la crisis económica de los medios.

Agradecemos la colaboración a cada uno de los entrevistados, a nuestra facilitadora nacional, Marisol Cano, a David Isaksson, a Silvia Montano, a los compañeros de Honduras, El Salvador y Guatemala con quienes compartimos parte de esta tarea. Igualmente, a la Agencia de Cooperación Sueca y demás financiadores por creer en este grupo como representante de nuestro país para tratar de contribuir con unos medios más responsables y democráticos, para beneficio de nuestras sociedades.

Los autores.

## 1. MARCO CONCEPTUAL

El planteamiento de la autorregulación de medios en Colombia no es un asunto nuevo. Durante el último medio siglo se ha tenido noticia de experiencias que, si bien han arrojado importantes resultados en diferentes niveles y escenarios, aún requieren mayores niveles de consolidación.

Los conceptos de regulación y autorregulación han sido herramientas de frecuente uso en la economía. Leonardo Villa, siguiendo a Alain Lipietz, señala que *“un modelo de desarrollo está definido por la articulación de tres dimensiones: el régimen de acumulación (relaciones económicas), el modo de regulación (aparato administrativo) y el bloque social”*<sup>1</sup>.

Allí se comprende que el modo de *regulación “Es el conjunto articulado de normas, instituciones, mecanismos de compensación, dispositivos de información que ajustan permanentemente las expectativas y comportamientos individuales a la lógica de articulación del régimen de acumulación (...) La emergencia y consolidación de un modo de regulación dependen en gran medida de las esferas política y social. Los grupos sociales, definidos por sus condiciones de existencia cotidiana, en particular por su lugar dentro de las relaciones económicas, están en una lucha constante”*<sup>2</sup>.

Considerando que el desarrollo de la industria de medios es una forma de ejercicio legítimo de la libertad de empresa en el Estado Social de Derecho, la Corte Constitucional de Colombia ha señalado que: *“...la función estatal de regulación está segmentada por sectores de actividad económica o social, de tal manera que la regulación de un sector pueda responder a las especificidades del mismo”*<sup>3</sup>.

Así, el ejercicio de la actividad de medios goza de una especial protección del Estado en Colombia “En relación con aquellos eventos en que la regulación de la libertad de empresa entra en tensión con otros derechos como la libertad de expresión, la información o la libertad de fundar medios, Magdalena Correa escribió”<sup>4</sup>:

*“En ese sentido se destaca la importancia de un trato no discriminatorio por conducto de la Ley para el ejercicio de una actividad económica, de no poder ser*

---

<sup>1</sup> VILLA ARCILA LEONARDO. (2001). Economía de la Educación. Facultad de Administración. Universidad de los Andes. Página 24.

<sup>2</sup> *Ibidem* página 25.

<sup>3</sup> REPÚBLICA DE COLOMBIA. Corte Constitucional. Sentencia C-186 de 2011

<sup>4</sup> GARZÓN BARRETO JUAN CARLOS. (2017). Consideraciones para el ejercicio de la libertad de empresa en el sector de los medios de comunicación social. Universidad Externado de Colombia. Doctorado en Derecho. Seminario la libertad de empresa como derecho humano fundamental. S.P.

*sancionado con la imposibilidad de producir un bien o de prestar un servicio para el cual se posee la autorización requerida, más que con medidas impuestas con fundamento legal y en condiciones de igualdad; también resulta indispensable no hacer nugatorio [invalidar o desconocer] el derecho de libre expresión e información mediante la imposición de exigencias desproporcionadas o imposibles de cumplir para la creación de empresas destinadas a aquel propósito” 5.*

En ejercicio de su poder el Estado ha desarrollado un complejo marco constitucional, legal y reglamentario<sup>6</sup> para dar cumplimiento a sus funciones en relación con los medios de comunicación: no interferir ni obstruir la actividad de los medios, expedir la reglamentación y la regulación para el ejercicio de los derechos, e intervenir cuando particulares u agentes del Estado puedan impedir a los asociados el goce de sus derechos en materia de comunicación<sup>7</sup>. La jurisprudencia constitucional considera de vital importancia para la democracia la protección de los derechos a la información y a la libertad de expresión.

Desde otra perspectiva, la producción académica que ha recogido la preocupación por la *autorregulación* de la actividad de los medios y los periodistas, la cual ha quedado registrada en algunos los balances bibliográficos<sup>8</sup>. No obstante, la definición del concepto de autorregulación reviste un alto nivel de complejidad.

---

<sup>5</sup> CORREA HENAO MAGDALENA. (2009) Libertad de empresa en el Estado Social de Derecho. Bogotá. Universidad Externado de Colombia. Páginas 810 – 811.

<sup>6</sup> Para el examen del marco legal y regulatorio en Colombia, entre otros, se pueden examinar los trabajos de: Ávila Palacios Ricardo. 2005. Derecho a la Información. Bogotá. Editorial. ABC. Librería Ediciones del Profesional Ltda. Buitrago López Elker. 2007. Derecho de la Comunicación. Librería Ediciones del Profesional Ltda. Bogotá. 2007. Uprimny Rodrigo; y otros. 2006. Libertad de Prensa y derechos fundamentales. ANDIARIOS, Fundación Konrad Adenauer, DeJusticia. Bogotá, Legis. GARZÓN BARRETO JUAN CARLOS y, Et Al. (2018). Panorama de las leyes y políticas de comunicación en Colombia en la última década. (Pp.: 41-88). Coautor. En: Retos a la comunicación en el posacuerdo: políticas públicas, legislación y renovación de las culturas políticas. (2018). Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales – IEPRI-. Centro de Pensamiento en Comunicación y Ciudadanía. Universidad Nacional de Colombia.

<sup>7</sup> REPÚBLICA DE COLOMBIA. Corte Constitucional. Sentencia C-350 de 1997.

<sup>8</sup> MARISOL CANO BUSQUETS. (2019). PROYECTO ITP:295A. PROGRAMA INTERNACIONAL EN AUTORREGULACIÓN DE MEDIOS EN UN MARCO DEMOCRÁTICO. MATERIAL BIBLIOGRÁFICO RECOMENDADO. Agejas, José Ángel y Serrano, Francisco José. (2002). Ética de la comunicación y de la información. Ariel Comunicación. Barcelona. Aznar, Hugo. Ética de la comunicación y nuevos retos sociales. Códigos y recomendaciones para los medios. (2005). Paidós, Barcelona. BC. (2007). Directrices Editoriales. Valores y criterios de la BBC. Asociación de la Prensa de Madrid. (Documento en PDF). En: [www.apmadrid.es](http://www.apmadrid.es) – Recuperado marzo 2009. Bonete, Enrique (comp.). (1995). Ética de la información y deontologías del periodismo. Tecnos. Madrid. Burgueño, José Manuel. (2009). Los renglones torcidos del periodismo. Mentiras, errores y engaños en el oficio de informar. UOCPress. Barcelona. Conill, Jesús y Gozávez, Vicent. (2004). Ética de los medios. Gedisa. Barcelona. Deuze, M. (2005). “What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered. En Journalism 2005 6(4), (págs. 442-464). Federación Internacional de Periodistas (FIP). (2007). Libertad de expresión y periodismo. Fundamentos normativos. FIP/Ceso. Bogotá. Federación Internacional de Periodistas (FIP). (2007). Manual de protección para periodistas. FIP. Bruselas. Goodwin, Eugene. (1994). Por un periodismo independiente. Cómo defender la ética. Tercer Mundo Editores. Bogotá. Harcup, T. (2012). Journalism: principles & practice. Second Edition. Sage. Londres. Herrán, María Teresa y Restrepo, Javier Darío. (2005). Ética para periodistas. Grupo Editorial Norma. Bogotá. Instituto Internacional para la Seguridad de Periodistas (INSI). (2007). Matar al mensajero. El grave costo de la información. INSI. Bruselas. Kapuscinski, Ryszard. (2002). Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo. Anagrama. Barcelona. Kovach, Bill y Rosenstiel, Tom. (2003). Los elementos del periodismo. Ediciones El País. Madrid. Lombana, Jaime. (2006). Injurias, calumnias y medios de comunicación. Dike/Universidad del Rosario. Bogotá. McChesney, R. & Pickard, V. (ed.). (2011). Will the last reporter please turn out the lights. The collapse of journalism and what can be done to fix it. The New Press. New York. McQuail, D. (2013). Journalism and society. Sage, Londres. Nair, Sami (ed). (2008). Democracia y responsabilidad. Las caricaturas de Mahoma y la Libertad de Expresión. Galaxia Gutenberg. Círculo de Lectores. Barcelona. Peters, C. & Broersma, M. (ed.). (2013). Rethinking journalism. Trust and participation in a transformed news landscape. Routledge. Londres. Project for Excellence in Journalism. (2010). New Media, Old Media: How Blogs and Social Media Agendas Relate and Differ from the Traditional Press. Pew Research Center’s. (Documento en PDF). En: <http://www.journalism.org>. Recuperado junio 2010. Restrepo, Javier Darío. (2004). El zumbido y el moscardón. Colección Nuevo Periodismo. Taller y consultorio de ética periodística. Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano/Fondo de Cultura Económica. Bogotá.

Maximiliano Rodríguez Fernández<sup>9</sup>, apoyándose en algunos trabajos académicos, avanzó en la determinación del alcance del concepto de *autorregulación*, precisando que: “...tal y como lo señalan Price y Verhulst<sup>10</sup>, el problema inicial que encontramos es que no existe una única definición de “autorregulación” que satisfaga a todos”<sup>11</sup>. Joan Barata sostiene similar planteamiento al manifestarse sobre los conceptos de *regulación*, *autorregulación* y *co-regulación*.

Entre otras, Maximiliano Rodríguez acopió las siguientes consideraciones: “Esto se presenta en buena medida porque el concepto mismo ha evolucionado bajo diferentes circunstancias, razones y países. Así, Rob Baggott, en un artículo publicado en 1989<sup>12</sup>, definió la autorregulación como “un acuerdo institucional según el cual una organización (privada) regula el comportamiento de sus miembros”; la esencia de la autorregulación, para el autor, será una gobernabilidad o administración colectiva. Más adelante, en 1996, Julia Black especificó que el término “autorregulación” era usado para describir la regulación y disciplina de la conducta por uno mismo, es la situación en que “un grupo de personas u organizaciones, de manera conjunta, ejecutan funciones de regulación respecto de sus propias actividades y de todas las de aquellos que aceptan su autoridad”<sup>13</sup>.

Más adelante la autorregulación ha sido entendida como la regulación de las conductas y desarrollo de las organizaciones por las mismas organizaciones<sup>14</sup>. Un

---

Restrepo, Javier Darío. (2006). 40 lecciones de ética. Colección Documentos. Debate. Caracas. Roura, Víctor. (2001). Cultura, ética y prensa. Croma/Paidós. Barcelona, 2001. Starr, Paul. (2009). Goodbye to the Age of Newspapers (Hello to a New Era of Corruption). Why American politics and society are about to be changed for the worse. The New Republic. Publicado 4 de marzo de 2009. (Documento en PDF). En: [http://www.tnr.com/story\\_print.html?id=a4e2aafc-cc92-4e79-90d1-db3946a6d119](http://www.tnr.com/story_print.html?id=a4e2aafc-cc92-4e79-90d1-db3946a6d119) - Recuperado marzo 2009. Varios autores. (2006). Libertad de prensa y derechos fundamentales. Análisis de la jurisprudencia constitucional en Colombia (1992-2005). Fundación Konrad Adenauer/Dejusticia/Andiarios. Bogotá. Manuales de estilo de medios periodísticos y códigos de ética de medios, agremiaciones, organizaciones como: -Código de conducta de Antena 3 Televisión. -Código deontológico de la profesión periodística de la Federación de Asociaciones de Prensa de España (FAPE). -Código deontológico del Colegio de Periodistas de Cataluña. -Código de práctica periodística de la Comisión de Reclamaciones a la Prensa y los editores de prensa británicos. -Código Latinoamericano de Ética Periodística. -Declaración de principios sobre la conducta de los periodistas de la Federación Internacional de Periodistas (FIP). -Estatuto de Redacción de El País. -Estatuto de Redacción del ABC. - Principios de la BBC de Londres. -Principios internacionales de ética profesional del periodismo de la Unesco. -Resolución 1003 sobre ética del periodismo del Consejo de Europa.

<sup>9</sup> MAXIMILIANO RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ. “Concepto, alcance y estructura de la autorregulación en el Mercado de Valores colombiano”, en *Revista E-Mercatoria*, vol. 13, n.º 2, julio-diciembre, 2014, pp. 29-96.

<sup>10</sup> M. E. PRICE Y S. G. VERHULST, “In search of the self: charting the course of self-regulation on the Internet in a global environment”, en C. Marsden, *Regulating the global information society*, 2000, 58. Ver también J. R. Shackleton, “uK privatisation - Us deregulation”, en *Politics*, 1985, october, 8-16; F. Cafaggi, *Reframing self-regulation in European Private Law*, 2006. Ver también F. Cafaggi, “Crisi della statualità, pluralismo e modelli di autoregolamentazione”, en *Politica del diritto*, n.º 4, 2001, 543-585.

<sup>11</sup> M. E. PRICE Y S. G. VERHULST, “In search of the self: charting the course of self-regulation on the Internet in a global environment”, en C. Marsden, *Regulating the global information society*, 2000, 58. Ver también J. R. Shackleton, “uK privatisation - Us deregulation”, en *Politics*, 1985, october, 8-16; F. Cafaggi, *Reframing self-regulation in European Private Law*, 2006. Ver también F. Cafaggi, “Crisi della statualità, pluralismo e modelli di autoregolamentazione”, en *Politica del diritto*, n.º 4, 2001, 543-585.

<sup>12</sup> R. BAGGOTT, “Regulatory reform in Britain: the changing face of self-regulation”, en *Public Administration* 67, 1989, 438.

<sup>13</sup> J. BLACK, “Constitutionalising Self-Regulation”, *Modern Law Review* 59, 1996, 24.

<sup>14</sup> “When defining self-regulation, some focus on the term ‘self’ as referring to any collective grouping that does not include the state. This approach relies heavily on the members of any such group acting voluntarily, but collectively, for a common purpose and to avoid outside intervention. Under the assumption that government and other industry parties agree to the concept of self-regulation, we suggest the following general definition: a system that encourages (‘regulates’) certain social behaviors by a collective (the ‘self’) in order to avoid direct state intervention (‘regulation’). This definition assumes a bottomup approach, through which the self (stakeholders or participants) initiates behavior-modifying activities (as opposed to top-down government imposition) for the benefit of the regulated

*concepto que implica que las reglas son creadas por la industria misma, la conducta de sus miembros es supervisada o vigilada por la industria misma y las normas son impuestas también por la industria misma<sup>15</sup>. Es, como se ha definido en el ámbito europeo, “la posibilidad que tienen los operadores económicos, los asociados, las organizaciones o asociaciones no gubernamentales de adoptar entre ellos mismos y para ellos mismos unas reglas de conducta comunes”<sup>16</sup>. A diferencia de la desregulación, nos encontramos entonces en un esquema donde existe una clara intención y propósito de regular la conducta de los individuos que forman parte de una organización. Es la posibilidad que se les otorga a los operadores económicos y las organizaciones no gubernamentales de adoptar entre ellos mismos y para ellos mismos las reglas que regirán su actividad<sup>17</sup>.*

*En Colombia, Fernando Silva García ha definido la autorregulación como la actividad de propia regulación por los sujetos concernidos con una cierta actividad, que da lugar a la expedición de reglas cuya observancia se hace obligatoria para quienes se acogen a ellas, aunque la obligatoriedad no deriva de que las reglas provengan del Estado o se impongan por la autoridad del Estado, con independencia del respaldo o acogimiento que les pueda prodigar el ordenamiento jurídico<sup>18</sup>.*

*Por su parte, la Corte Constitucional, mediante sentencia C-692 de 2007, la definió como [...] el instrumento mediante el cual grupos de individuos y agentes de cualquier negocio o industria, con base en la autonomía que el ordenamiento les reconoce, acuerdan unas pautas de conducta o un marco jurídico de deberes y obligaciones recíprocas, cuyo incumplimiento tiene repercusiones de diversa naturaleza”<sup>19</sup>.*

De esta manera, la conceptualización desarrollada por Rodríguez Fernández, permite conectar el planteamiento de algunos autores con apartes relevantes de la jurisprudencia constitucional que invocan la autorregulación como un ejercicio de la

---

community, as well as its consumers (customers)”. CFA Institute Centre for Financial Market Integrity. *Self-Regulation in Today’s Securities Markets Outdated System or Work in Progress?*, ISBN 978-1-932495-71-3, 2007.

<sup>15</sup> “The expression ‘self-regulation’ is used by ASIC to refer to regulation where there is substantial industry-level involvement in the development or implementation of the regulation, and where the regulatory arrangement is adopted and funded by industry”. Institutional self-regulation: what should be the role of the regulator? Jillian Segal, Deputy Chair of the Australian securities and Investments Commission, speech to the national Institute for Governance Twilight Seminar, Canberra, 8 november 2001

<sup>16</sup> EUROPEAN COMMISSION, EUROPEAN PARLIAMENT AND COUNCIL OF MINISTERS, “Inter-Institutional Agreement on better Lawmaking”, OJC 321, 31.12.2003, 1.

<sup>17</sup> “Self-regulation is taken to be where business sets its own standards of conduct and enforces those standards without any government involvement either in drafting the standards, promoting the standards or in enforcing the standards”. “Pure self-regulation” would include voluntary codes. Self-regulation is often used “to correct a bad public image, to forestall legislation or to give an industry a competitive advantage”. European Parliament Council Commission Interinstitutional Agreement on better law-making (2003/C 321/01).

<sup>18</sup> FERNANDO SILVA GARCÍA, “Anotaciones sobre la autorregulación en Colombia: carácter paraestatal, potestad punitiva y acreditación de idoneidad de quienes actúan en la intermediación”, en *Cinco años de la Ley 964 de 2005: ¿se están cumpliendo los objetivos?* (Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2011), 375.

<sup>19</sup> MAXIMILIANO RODRÍGUEZ FERNÁNDEZ. “Concepto, alcance y estructura de la autorregulación en el Mercado de Valores colombiano”, en *Revist@ E-Mercatoria*, vol. 13, n.º 2, julio-diciembre, 2014, pp. 29-96.

autonomía de la voluntad de los sujetos para fijar de común acuerdo pautas de conducta frente a un negocio o industria determinada.

Así las cosas, aquí se identifica un acervo conceptual de base, desde el cual se puede iniciar la deliberación pública para estructurar en forma consensuada un conjunto de ámbitos o ejes respecto de los cuales se pueden convenir pautas para la autorregulación de los medios y el ejercicio de la actividad periodística en Colombia.

En suma, la iniciativa de una mirada propia de los periodistas y los medios de comunicación sobre su relación con los contenidos, la información, sus audiencias, sus nichos económicos y comerciales, y con el mercado del pluralismo y las ideas, en últimas, constituye un ejercicio de autorregulación en el marco de los procesos de responsabilidad social y fortalecimiento de los medios como instituciones de la democracia.

## **2. LA AUTORREGULACIÓN EN EL CONTEXTO COLOMBIANO**

En Colombia la discusión entre los medios y periodistas e incluso entre algunos académicos sobre la necesidad de la autorregulación no es nueva. En las décadas de los 70, 80 y 90, época más dura de los ataques del narcotráfico y la violencia, se discutieron y utilizaron algunas herramientas exitosas de autorregulación entre medios para manejar y presentar algunas noticias, las cuales se han venido desnaturalizando por ser vistas como restrictivas a las libertades de expresión e información o por ser impositivas; esto ha traído como consecuencia una resistencia a la figura de la autorregulación en el país.

De otra parte, la transformación que viene dándose en el modelo de negocio de los medios de comunicación, afecta la priorización y en consecuencia la implementación de mecanismos de autorregulación al interior de los mismos. La crisis anterior ha generado una progresiva reducción de puestos de trabajo en las empresas periodísticas, que afectan directamente la calidad del contenido que se viene produciendo.

Igualmente, la regulación vigente en Colombia para el sector de medios es asimétrica frente a los distintos canales de comunicación y está desactualizada pues no atiende los nuevos retos, limitaciones y variaciones en el mercado, los negocios y los consumidores de contenidos y los productos asociados a estos tales como la publicidad. Es así como en la actualidad, las políticas públicas privilegian el sector de las telecomunicaciones, pero no atiende la crisis general de los medios de comunicación.

Otro aspecto relevante frente a la necesidad de la autorregulación, tiene que ver con la desinformación generalizada que las nuevas formas de comunicar a través de las redes sociales han traído y que ha ocasionado una distorsión de las audiencias consumidoras de contenidos. Este fenómeno evidentemente viene creando dinámicas inconvenientes del mercado, en el entendido que ahora importan más el número de visitas o páginas vistas que el impacto y profundidad de la información que se consume, todo esto a consecuencia de la preocupante falta de formación en el consumo de contenidos digitales.

También resultan relevantes para abordar la autorregulación en Colombia, la definición y análisis de aspectos como mayor oferta de profesionales en periodismo que la demanda de los medios; la insuficiencia, falta de aplicación y actualización de los manuales de autorregulación que busquen promover la calidad periodística; la debilidad de las defensorías de audiencias existentes; la falta de independencia

y autonomía en los medios de interés público y la poca transparencia en la asignación y contratación de la publicidad oficial.

### 3. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué está pasando en Colombia con la autorregulación? La inexistencia y la debilidad en los mecanismos de autorregulación en los medios informativos colombianos incide en la calidad periodística.

Pero aquí cabe hacerse otra pregunta ¿por qué es relevante implementar mecanismos de autorregulación? Es claro que la implementación de mecanismos de autorregulación contribuirá a mejorar la calidad de los contenidos que se produzcan, lo cual beneficiará a las audiencias y en consecuencia fortalecerá el papel de los medios de comunicación en la sociedad. Lo anterior reivindicará el rol del periodismo en la construcción de la democracia y en el fortalecimiento de las libertades de expresión e información.

¿Qué está generando el problema? El primer factor es la crisis de sostenibilidad fundada en el cambio de modelo del negocio de la industria de la comunicación. Este cambio y sus obvias repercusiones económicas, afecta directamente el ejercicio de la libertad de expresión e información en Colombia por parte de los medios de comunicación tradicionales apalancados en esta forma de explotar la industria editorial. Un segundo aspecto es la pérdida de credibilidad en los medios derivada en parte de la diversidad de actores produciendo contenido (cierto y falso) y de las posturas de estos durante los últimos años, que han logrado permear la percepción del papel de los medios tradicionales.

De otra parte, están las nuevas formas de comunicación y de consumo de contenidos a la que se están enfrentando los medios y comunicadores, las cuales han resultado más atractivas, fáciles y económicas para los consumidores de contenidos. Igualmente, la proliferación de desinformación, información fuera de contexto e información malintencionada, cuyas repercusiones afectan gravemente la actividad informativa y en general la producción de contenidos.

Finalmente, y tal vez el reto más grande que tiene el problema, es la carencia de educación en las audiencias para ejercer el derecho a la libertad de expresión y sus dimensiones, lo que hace que las mismas no exijan, cuestionen y motiven la generación de contenidos de calidad para ser consumida por ellos.

#### 4. OBJETIVOS

Una vez analizados los antecedentes, el grupo de trabajo se propone lo siguiente con objetivo general del estudio:

**Caracterizar la comprensión y aplicación de la autorregulación por parte de los medios informativos colombianos, en una muestra significativa de medios de comunicación, como punto de partida para realizar recomendaciones.**

Lo que se logrará a través del cumplimiento de los siguientes objetivos específicos:

- Realizar entrevistas estructuradas a diferentes actores de los medios de comunicación, academia y actores de la sociedad civil, en diferentes regiones de Colombia y de diferentes plataformas mediáticas.
- Seleccionar 20 entrevistas relevantes para análisis cualitativo.
- Analizar la totalidad de las entrevistas con software especializado para análisis cualitativo Nvivo.
- Identificar patrones comunes en ambas aproximaciones.
- Proponer estrategias orientadas a la implementación y fortalecimiento de los mecanismos de autorregulación en Colombia.

## 5. APROXIMACIONES AL PROBLEMA

### 5.1 VEINTE TESTIMONIOS SOBRE AUTORREGULACIÓN

#### 5.1.1 Metodología

Con el propósito de responder a la pregunta *¿Qué comprensión tienen los agentes del sector de la comunicación frente a la autorregulación informativa en Colombia?* se ha elegido el testimonio a 20 personas que desempeñan diversos roles en el sector de las comunicaciones y los medios.

ENTREVISTAS REALIZADAS PARA CARACTERIZAR LA COMPRENSIÓN DE LA AUTORREGULACIÓN INFORMATIVA EN COLOMBIA			
CÓDIGO	NOMBRES Y APELLIDOS	MEDIO O ROL DEL ENTREVISTADO	ENTREVISTADOR
1	GILDARDO ARANGO	EMISORA DE LA UNIVERSIDAD DEL VALLE	CAROLINA MEJÍA
2	JORGE IVÁN PAREJA	DIRECTOR DE MINUTO 30	
3	TULIO ANGEL	DIRECTOR DE ASOMEDIOS	
4	ANDRÉS MOLINA ARAUJO	RADIO GUATAPURI - VALLEDUPAR	CAROLINA ESCRUCERIA
5	DIEGO MARTÍNEZ	EL PAÍS - CALI	
6	ESTEFANIA COLMENARES	LA OPINIÓN DE CÚCUTA	
7	GUIDO CORREA	NOTICIERO 90 MINUTOS - CALI	OTILIO LÓPEZ
8	ROBERTO POMBO	EL TIEMPO - DIRECTOR	
9	CONSUELO CEPEDA	RCN - DEFENSORA DEL TELEVIDENTE	
10	FÍDEL CANO	EL ESPECTADOR -DIRECTOR	GABRIEL LEVY
11	JAVIER DARÍO RESTREPO	INVESTIGADOR	
12	DINA MARCELA GALLEGU	TELEANTIOQUIA	
13	CARMEN ALICIA SARMIENTO	TELEPACÍFICO	JUAN CARLOS GARZÓN BARRETO
14	SERGIO URQUIJO -	COMUNICACIONES UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA	
15	JHON FRANCO BETANCOURTH	TELECAFÉ	
16	SILSA ARIAS MARTÍNEZ	COMUNICACIONES CONCEP - ORGANIZACIÓN NACIONAL INDÍGENA DE COLOMBIA -ONIC-	DORA MONTERO / OTILIO LÓPEZ
17	FIDEL JUEZ PARDO	CONSORCIO DE MEDIOS ALTERNATIVOS Y COMUNITARIOS DE BOGOTÁ	
18	EDUARDO ARIAS	DEFENSOR DEL TELEVIDENTE DE SEÑAL COLOMBIA	
19	ABELARDO GÓMEZ MOLINA	DIRECTOR DEL MEDIO WEB LA COLA DE RATA	
20	CARLOS EDUARDO HUERTAS	EDITOR DEL MEDIO WEB CONNECTAS	

La selección de estos entrevistados obedece a una comprensión multidimensional del campo de la comunicación y los medios en el país.

De esta manera, se han seleccionado agentes de diversos medios públicos, privados, étnicos, comunitarios y alternativos, nacionales y regionales. Medios digitales y de prensa, radio y televisión. Así, los agentes entrevistados cumplen

diversos roles directivos, administrativos, gerenciales, investigativos, periodísticos, informativos y de producción y divulgación de contenidos.

Esta variedad de miradas se estima necesaria para explorar –integralmente- la comprensión de la autorregulación entre actores sociales que se desempeñan en diversos ámbitos y roles de las actividades de comunicación y medios.

Asumir la tarea de poner en la agenda el tema de la autorregulación de las comunicaciones, las informaciones y los medios, implica, en primer lugar, avanzar en el trazado de la línea que delimita el deber de “acción regulatoria del Estado” para garantizarle a sus asociados el ejercicio pleno de las libertades de prensa, expresión e información, de una parte; y de la otra, el ejercicio de la libre potestad de “autorregulación” de los agentes del sector de la comunicación.

En segundo lugar, la pretensión de diseñar e implementar acciones libres de autorregulación de las comunicaciones, las informaciones y los medios, demanda poder explorar y valorar las condiciones de posibilidad para instalar estos discursos y prácticas en el tejido profesional, social y organizacional de las interacciones mediáticas, comunicacionales, periodísticas, informativas y ciudadanas.

Desde esa perspectiva, al recoger los testimonios de una veintena de agentes del sector de la comunicación, se les solicitó atender una batería de doce preguntas que, en su conjunto, se orientan a explorar tres dimensiones, a saber:

- a) Identificar qué están comprendiendo por autorregulación algunos agentes del sector de la comunicación en Colombia y qué contenidos le atribuyen a esta noción.
- b) Explorar el balance de experiencias propias y observadas de autorregulación que conocen los entrevistados.
- c) Identificar las posibilidades que los agentes del sector encuentran para la autorregulación como una potestad privada frente a la actuación del Estado.

La batería de preguntas formulada a los entrevistados fue la siguiente:

- i. ¿Qué entiende usted por autorregulación en medios informativos?
- ii. ¿Qué procesos de autorregulación conoce usted en su medio u otros medios informativos en Colombia?
- iii. Mencione dos ejemplos en los que su medio haya aplicado la autorregulación en los últimos 5 años.
- iv. En la toma de decisiones periodísticas, ¿qué criterios de autorregulación aplica su medio informativo?

- v. ¿Considera usted que es necesario aplicar y fortalecer mecanismos de auto regulación en los medios informativos?
- vi. ¿Qué aspectos debería contemplar la autorregulación? Mencione al menos tres aspectos.
- vii. ¿Qué tan viable es implementar mecanismos de autorregulación en su medio?
- viii. ¿Qué ventajas considera usted que tiene la autorregulación en los medios informativos?
- ix. ¿Qué aspectos considera usted que son de regulación exclusiva del Estado en relación con los medios informativos?
- x. ¿Cuáles obstáculos enfrentaría al implementar la autorregulación en su medio?
- xi. ¿Debe haber concertación con otros medios para autorregularse?
- xii. ¿Cuál es el papel de la autorregulación en su medio respecto a las redes sociales y la interacción con las audiencias?

Las respuestas cortas o extensas, brindadas por los entrevistados a estas preguntas, tienen un gran valor para tomar el pulso del sector de las comunicaciones y los medios frente a la necesidad, viabilidad, obstáculos y posibilidades para concertar acciones de autorregulación mediática e informativa en Colombia, así como para determinar la comprensión de las acciones regulatorias que se tienen como de exclusiva competencia del Estado.

Naturalmente, se entiende que, en principio, las consideraciones vertidas por los entrevistados, obedecen a manifestaciones y criterios de carácter personal que tienen por objeto compartir el estado de su opinión, formación y experiencia, a propósito de los interrogantes planteados sobre la autorregulación.

### 5.1.2 Testimonios

Para facilitar la lectura y comunicación de los planteamientos expuestos, se presentarán los apartes relevantes de los veinte testimonios recogidos y sistematizados, entre agentes colombianos de la información, la comunicación y los medios:

#### 5.1.2.1 **GILDARDO ARANGO - EMISORA UNIVALLE**

**¿QUÉ ENTIENDE USTED POR AUTORREGULACIÓN EN MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Es como el compromiso de periodistas o medios para adoptar medidas, decisiones que apunten al uso responsable de la información para que esta no termine el servicio de unos pocos o de intereses particulares”*

### **¿QUÉ PROCESOS DE AUTORREGULACIÓN CONOCE USTED EN SU MEDIO U OTROS MEDIOS INFORMATIVOS EN COLOMBIA?**

*“La decisión tomada por la Emisora Univalle, de suspender las ventas de publicidad política en la pasada campaña electoral fue una medida autorregulatoria conveniente para evitar contraer compromisos que comprometieran la independencia periodística”.*

### **MENCIONE DOS EJEMPLOS EN LOS QUE SU MEDIO HAYA APLICADO LA AUTORREGULACIÓN EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.**

*“Un ejemplo fue que, en la pasada campaña a la alcaldía en Cali, hubo mucha polarización, por un lado, estaba Roberto Ortiz y por otro Jorge Iván Ospina. No había una tendencia definida y en los últimos días, una y otra campaña trató de acudir a la guerra sucia para desequilibrar ese empate técnico que daban las encuestas. Ejemplo; los de Roberto Ortiz sacaron un video de una empleada doméstica de Jorge Iván Ospina que daba una declaración diciendo que no le habían pagado y que la habían atropellado y demás, y los de Jorge Iván Ospina sacaron una denuncia con un video con supuesto diploma falso de Roberto, ante la insistencia de unos y otros, nosotros decidimos, no vamos a prestarnos para la guerra sucia, ni a favor de uno, ni a favor de otro, y vamos a propiciar espacios de debate para que ellos puedan hablar un poco más de sus propuestas y que la gente tome una decisión basada en eso. Creo que ese fue como el último caso de autorregulación que tomamos en la U FM”.*

*“El otro ejemplo, fue sobre el cubrimiento de las protestas en la Vía Panamericana, hace algunos años. Al detectar que el cubrimiento estaba recargado solo hacia la Policía, el medio decidió, que a la par con las autoridades hubiese una declaración o una posición del pueblo Nasa para evitar que siempre la gente se quedará como con una sola impresión o una sola versión”*

### **EN LA TOMA DE DECISIONES PERIODÍSTICAS, ¿QUÉ CRITERIOS DE AUTORREGULACIÓN APLICA SU MEDIO INFORMATIVO?**

*“La defensa de la verdad, la rigurosidad para que la información que finalmente esté al aire sea confirmada y el respeto por la dignidad de la gente, de los niños, de las víctimas”*

**¿CONSIDERA USTED QUE ES NECESARIO APLICAR Y FORTALECER MECANISMOS DE AUTO REGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“La aplicación y fortalecimiento de mecanismos de autorregulación informativa **“le harían mucho bien al destinatario final de la información”**. es necesario regular las encuestas electorales. De igual manera, se deben atender temas tales como: “la información que proviene de las redes sociales. El uso irresponsable de información que termina afectando a alguien y finalmente nadie responde. La información que termina beneficiando a una parte y afectando a otros. La venta de pauta por parte de los periodistas que, a veces, logra confundir porque la gente piensa que vende noticias, cuando está vendiendo pauta y debe es dar noticias; y, finalmente, quien paga la pauta debe entender que son dos cosas distintas. Veo que en todos esos aspectos sí necesitamos una iniciativa de autorregulación para una información más responsable”.*

**¿QUÉ ASPECTOS DEBERÍA CONTEMPLAR LA AUTOREGULACIÓN? MENCIONE AL MENOS TRES ASPECTOS.**

*“El respeto a la verdad, el respeto por la dignidad y la investigación de la información”*

**¿QUÉ TAN VIABLE ES IMPLEMENTAR MECANISMOS DE AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“En la universidad es muy viable hacer autorregulación informativa porque la institución es respetuosa como centro de libre pensamiento, y entonces, nunca hemos sentido presiones al momento de informar”.*

**¿QUÉ VENTAJAS CONSIDERA USTED QUE TIENE LA AUTORREGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“una información más responsable, de más alta calidad y yo creo que hasta evitarse muchas veces problemas jurídicos”.*

**¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA USTED QUE SON DE REGULACIÓN EXCLUSIVA DEL ESTADO EN RELACIÓN CON LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“El tema de las encuestas porque las últimas campañas han demostrado que, en los medios, con la ficha técnica como carta de presentación de las encuestas, le hemos dado toda la difusión a sondeos que finalmente el tiempo demuestra que no eran tan responsables”.*

*“las emisoras piratas, que están propiciando una tendencia al facilismo, a una mayor democratización de los medios, pero de manera irresponsable, venden pauta mucho más barata, pero sus contenidos no tienen tanta calidad. Desde el programa de televisión Magazín Pacífico, en UNIVALLE, hemos liderado una batalla en contra de este flagelo, veo que es urge una regulación por parte del Estado”.*

### **¿CUÁLES OBSTÁCULOS ENFRENTARÍA AL IMPLEMENTAR LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“Como obstáculo para la autorregulación, se ha encontrado que, en ocasiones, algunos actores sociales, se enojan porque creen que la noticia solamente tiene que ver con ellos. Creo que, por el contrario, el ser un centro de libre pensamiento, nos debe llevar a entender que estamos en un mundo de información en donde todos caben y que es mucho mejor para los oyentes tener un mayor número de elementos de juicio al momento de tomar decisiones o analizar una noticia”.*

### **¿DEBE HABER CONCERTACIÓN CON OTROS MEDIOS PARA AUTORREGULARSE?**

*“Es una iniciativa casi individual de cada medio, pero sí debería, de pronto desde el gobierno, propiciarse este tipo de iniciativas, casi que adelantar pedagogía para medios que están ubicados en zonas apartadas del país”.*

*“Desde Univalle y Buscapaz adelantamos un proceso de capacitación en Nariño, y en Putumayo, para emisoras rurales y comunitarias. Que la radio sea como una herramienta de paz, sobretodo en el tema del cumplimiento del punto uno de los acuerdos. Ahí hemos podido evidenciar mucha necesidad de que se trabaje en esas zonas del país, pero de pronto a través de organizaciones sociales, ONG o el mismo gobierno, propiciando la autorregulación y empezar por contarles en qué consiste y por qué es importante”.*

### **¿CUÁL ES EL PAPEL DE LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO RESPECTO A LAS REDES SOCIALES Y LA INTERACCIÓN CON LAS AUDIENCIAS?**

*“No hay una línea editorial para definir sí por ejemplo los mensajes están en contra del alcalde, no se los saquen, pero sí el respeto y creo que el 99% de los mensajes*

*son respetuosos, pero el respeto por el otro, los términos que se utilizan para plantear ese argumento, creo que son definitivos en ese filtro y por ahí pasa el tema detectar la información, pero no tenemos digamos como un cortapisa para decirle a la gente que tienen que hablar bien del alcalde o que si no habla bien del gobernador entonces no puede opinar. Creo que en ese sentido hay libertad, a nosotros nos la permiten, pero sí evitando la vulgaridad, el irrespeto, la mentira y la calumnia”.*

### **5.1.2.2 JORGE IVÁN PAREJA - DIRECTOR DE MINUTO30**

#### **¿QUÉ ENTIENDE USTED POR AUTORREGULACIÓN EN MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“En el entorno mío que es un medio nativo digital, debe entenderse de manera totalmente diferente a lo que se entiende por autorregulación en los demás medios, en el tema digital, el contenido es eterno y básicamente por eso debemos abordarlo de otra manera y la autorregulación básicamente es actuar con responsabilidad bajo esos nuevos escenarios que nos impone, y esos nuevos tiempos que nos impone el tema digital”*

#### **¿QUÉ PROCESOS DE AUTORREGULACIÓN CONOCE USTED EN SU MEDIO U OTROS MEDIOS INFORMATIVOS EN COLOMBIA?**

*“Uno de los procesos de autorregulación que más siguen es sobre el derecho al olvido”. El ¿Qué pasa mañana con una información?*

#### **MENCIONE DOS EJEMPLOS EN LOS QUE SU MEDIO HAYA APLICADO LA AUTORREGULACIÓN EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.**

*“Una persona comete un error en su vida, un delito, sale en los medios de comunicación, en el papel no tiene problema, en la televisión no tiene problema, en la radio no tiene problema, pero en los medios digitales tiene un grave problema y es que fácilmente el único hecho noticioso que generó en su vida esa persona fue haber cometido ese delito, pero esa persona va a la cárcel, paga esa condena, sale libre y está a paz con la sociedad, tiene derecho a rehacer su vida y lo que genera un motor de búsqueda como Google es que cada que alguien digita su nombre lo primero que va a ofertar Google es ese delito que se cometió hace 5, hace 10 o hace 15 años, ¿qué es esto? básicamente el hombre empieza a ser una víctima y empieza a ser re-victimizado diariamente, si sus hijos en 20 años digitan su nombre, va a estar vigente en internet gracias a los motores de búsqueda, porque*

*básicamente no es culpa del publisher es culpa del motor de búsqueda que es el que oferta ese contenido.*

## **EN LA TOMA DE DECISIONES PERIODÍSTICAS, ¿QUÉ CRITERIOS DE AUTORREGULACIÓN APLICA SU MEDIO INFORMATIVO?**

*“Nosotros renunciamos al periodismo ideológico, nosotros renunciamos al periodismo explicativo, nosotros nos dedicamos al periodismo informativo netamente, no debemos tomar posición, no debemos juzgar, no debemos condenar, y la persona que no se sienta capaz de hacer periodismo informativo, pues hay movilidad laboral en nuestro país y básicamente acá trabaja recurso humano que desea trabajar de esa manera, en la nota exacta de lo que son los medios nativos digitales con recurso humano multitarea y recurso humano que se dedica a informar, adicional, nosotros, yo lo digo abiertamente en todas las conferencias y en todas las entrevistas donde participo, la defensa del establecimiento para nosotros va por encima de cualquier circunstancia.”*

## **¿CONSIDERA USTED QUE ES NECESARIO APLICAR Y FORTALECER MECANISMOS DE AUTO REGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“En relación con la necesidad de aplicar y fortalecer mecanismos de auto regulación: No me meto a generalizar medios informativos. En medios digitales, es totalmente necesario, a las redes sociales les acomodaron la autoría de noticias falsas, cuando han existido desde que existe el hombre.*

*Básicamente lo que cambió fue el monopolio de la generación de noticias falsas. En el siglo XX las casas editoriales eran 5 o 6 y también la generación de noticias falsas eran 5 o 6 fuentes por país, demasiado casual.*

*Hoy lo que varió fue ese monopolio, se horizontalizó esa relación. Hoy estamos en el siglo del control social. Hoy el ciudadano está en capacidad de saber qué piensa el otro, está en capacidad de pensar quién piensa igual. Está en capacidad de saber quién piensa diferente y desde este punto de vista, los medios de comunicación lucen no necesarios.*

*Entonces, si los medios de comunicación nativos digitales no saben hacer la tarea, si quieren seguir considerándose el cuarto poder, van a tener un estruendoso fracaso en internet, y vamos a empezar a ver y a seguir viendo, la muerte diaria de medios de comunicación.*

*Vamos a seguir viendo medios de comunicación despidiendo periodistas en tandas de 100, de 150, porque no han entendido que el cuarto poder es la ciudadanía, y no los necesitan. Las redes sociales les dieron la manera de organizarse sin tener siquiera que considerar el criterio geográfico, ni las barreras de acceso.*

*La verdadera barrera de acceso del siglo XX era la posibilidad de distribución de los medios de comunicación, las redes sociales derrumbaron esto.*

*Hoy vemos medios de comunicación que sobreviven, el papel no se vende. Lo que sobrevive es la capacidad de distribuir. Los vemos vendiendo carritos de colección. Los vemos vendiendo ollas a presión y los vemos vendiendo tablets chinas, aprovechando esos canales de distribución que les quedaron del siglo XX.*

*Si no sabemos manejar esto, los medios de comunicación dejan de ser necesarios. Si no identificamos que el relacionamiento con la ciudadanía tiene que ser diferente. No puede ser distante. No puede ser mirado de manera vertical, sino que tiene que ser abordado de manera horizontal.*

*Los medios van a morir y la comunicación va a estar desmadrada. Van a dominar agentes extraños, agentes oscuros y va a dominar el que tenga más capacidad de interpretar cómo manipular esa sociedad.*

*Hoy por hoy, los medios de comunicación, estamos llamados a saber leer esas circunstancias. Aceptar que el cuarto poder no es el medio de comunicación.*

*Lo que tenemos que conformar son comunidades y tenemos que lograr ser el mecanismo para que esa comunidad se informe. Si no lo hacemos de la manera real, si no lo hacemos de la manera exacta, la comunicación se va a desmadrar y va a ser peor la consecuencia.*

*El llamado es a que los medios de comunicación se bajen de esa nube. Que auto-controlen muchas circunstancias. Que dejen de considerarse una camarilla de su súper-poder. Que dejen de considerar que la ciudadanía no merece conocer todo, o que la ciudadanía no tiene la inteligencia suficiente para conocer todo.*

*La ciudadanía tiene la capacidad de conocer todo. Lo que necesita es que se le entreguen elementos. No hay que entregarle ideologías, no hay que entregarle análisis. Entregársele elementos, que ellos no están deseosos de que los lideren, sino de que los ayuden a ponerse de acuerdo.*

*Si tú les entregas elementos, básicamente todo va a fluir de manera perfecta, y vamos a seguir en el siglo XXI, en una nueva realidad. En unas nuevas situaciones de consumo. La gente hoy se informa distinto, la gente hoy consume distinto, no consume de manera sincrónica, consume de manera asincrónica.*

*Los medios de comunicación tienen que interpretar esto. No solo los medios de comunicación, también los artistas, la educación, toda la sociedad tiene que re-interpretarse y empezar a abordar estas nuevas rutas que llegaron para quedarse y definitivamente es lo que va a dominar el siglo XXI. Como dije ahora, lo que va a dominar es el control social, y tenemos que saber avanzar de esa manera”*

**¿QUÉ ASPECTOS DEBERÍA CONTEMPLAR LA AUTOREGULACIÓN?  
MENCIONE AL MENOS TRES ASPECTOS.**

*“El escenario adicional es: uno es consciente, los niños no compran papel periódico, pero los niños leen internet, o sea, los contenidos están desatados en internet, entonces uno tiene que tener consciencia de que no hay manera de parte nuestra, desde el lado del publisher (digital) de controlar de que no los lean menores de edad, eso ya tiene que ser una actividad que le corresponde a los padres de familia pero que nosotros tenemos que avanzar también con criterio y con responsabilidad.”*

**¿QUÉ TAN VIABLE ES IMPLEMENTAR MECANISMOS DE  
AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“Frente a la inquietud sobre la viabilidad de implementar mecanismos de autorregulación en el medio. Totalmente, pues, básicamente nosotros los tenemos desde que dimensionamos el medio de comunicación.*

*Somos claros y en el momento de entrevistar a un periodista que aspire trabajar acá, se le dibuja el escenario totalmente sobre la mesa. Se es claro, no hacemos periodismo explicativo, no hacemos periodismo ideológico, solo hacemos periodismo informativo.*

*No salimos de ahí. ¿Estás dispuesto a trabajar así? Dicen sí o no. Los que dicen sí, seguimos en la entrevista, y básicamente es eso.*

*Si bien se les otorga mayores libertades que en los demás medios de comunicación porque no hay editor, porque tienen alto nivel de autonomía, la gran mayoría de las noticias que van a publicar las escogen ellos mismos.*

*Sí tenemos líneas que no debemos sobrepasar y es eso, el derecho al olvido. Al renunciar a editorializar, Minuto30, no hace editorial. Sí tenemos opinadores, pero de izquierda, de derecha, líderes sociales, profesores, hinchas de fútbol, animalistas, tenemos de todo.*

*El ministro sabe que al lado le va salir un líder de barrio opinando, propiciamos ese escenario, pero, no tenemos línea política. Renunciamos a editorializar, renunciamos a hacer periodismo ideológico, periodismo explicativo y actuamos bajo parámetros de derecho al olvido, pero, la verdad esto fue desde el dimensionamiento inicial de Minuto 30.*

*Salimos siendo intensivos en lo local, hiperlocal, llegamos a la cuadra, al barrio, buscamos mascotas perdidas, buscamos documentos extraviados, pero no ocultamos contenido, no ocultamos noticias.*

*La administración municipal tuvo que empezar a emitir un boletín de homicidios, porque decían “cero homicidios anoche” y en Minuto 30 el registro fotográfico de 4 o 5 homicidios anoche (estoy hablando de hace años, eso fue hace 6 años) no ocultamos, todo sale.*

*También lo que no era noticia antes, hoy es noticia: la caída de un árbol en un barrio era algo intrascendente, algo que no importaba, pero nuestro paradigma, es “si a ti te afecta, a Minuto30 le importa”, entonces.*

*Si bien no ocultamos, si bien informamos sobre varias cosas y lo decimos en todas las conferencias, lo decimos en todas las entrevistas, sin ponemos a posar de lo que no somos, hacemos periodismo informativo y masificamos contenido, lo hacemos de cara a la ciudadanía.*

*Es un modelo exitoso, la comunidad consume el contenido de manera masiva, ha visto nacer, ha visto crecer al medio de comunicación, y no hay ningún inconveniente en que exista autorregulación en estos aspectos que he numerado en repetidas ocasiones”.*

## **¿QUÉ VENTAJAS CONSIDERA USTED QUE TIENE LA AUTORREGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Hoy lamentablemente uno de los daños colaterales que da ese fin del olvido es que si antes los medios de comunicación sufrían demandas, hoy los medios nativos digitales se volvió de 10 demandas diarias” “Básicamente, o se es responsable, o se es irresponsable, nosotros estamos haciendo empresa, estamos creando marca,*

*fundamos un medio de comunicación, decidimos que llegar a tener trascendencia nacional desde lo local, la segunda fase va a ser abrir en Bogotá, que lo vamos a hacer muy pronto, pero la circunstancia en internet es otra, es muy diferente, el papel muere en 24 horas, la televisión muere en segundos, la radio muere en segundos, internet es eterno y tenemos que saber que si queremos hacer empresa, que si queremos implementar marca, tenemos que saber actuar en consecuencia y que si no controlamos muchos aspectos no se hace viable ese proceso de crear empresa y fundar un medio de comunicación en internet, literalmente se torna imposible.”*

### **¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA USTED QUE SON DE REGULACIÓN EXCLUSIVA DEL ESTADO EN RELACIÓN CON LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Frente a aspectos que serían de regulación exclusiva del Estado. Más que regular, diría yo, le falta responsabilidad al Estado en mucha información que emite. El 80% de las demandas que nosotros recibimos provienen de boletines oficiales de la policía, de alguna brigada, de la fiscalía.*

*Son boletines oficiales que resultan siendo capturas falsas o que guardaron esa captura durante 15 o 20 días. Cuando envían ese positivo, esa persona ya salió en libertad y el medio de comunicación confiando en que es el Estado el que está emitiendo esa información, publica esa captura como si hubiese sido ayer, cuando esa persona ya salió en libertad.*

*El Estado inmediatamente oculta su cabeza, oculta su responsabilidad y deja al medio de comunicación en el lugar equivocado, o sea, más que autorregularse yo pienso que deben ser responsables. A la hora de que cometieron un error, deben tener la altura y la gallardía y la entereza suficiente para salir a rectificar si fuera el causante de ese error.*

*El boletín oficial queda en manos nuestras diariamente, tenemos la constancia que ellos emitieron la comunicación. El afectado va y les habla a las autoridades, y le dicen “no, vayan al medio que ellos son los culpables”.*

*El Estado inmediatamente se lava de toda responsabilidad, sabiendo que son los autores, los emisores de un boletín y si uno renuncia a publicar ese boletín, de inmediato hacen el reclamo.*

*También cuando ellos cometen un error, de inmediato le echan la culpa al medio de comunicación, entonces quedamos nosotros jugando en una circunstancia muy*

*complicada, en un sándwich en el que, por asesino que haya sido el personaje, sale y demanda.*

*A nosotros nos han ofrecido demandas personas que están huyendo de justicia, simplemente porque la noticia está publicada y la persona está en la clandestinidad y nos ofrecen demandarnos porque sacamos una noticia de ellos.*

*Básicamente lo que quiero recalcar es que las dinámicas son totalmente distintas a los demás mecanismos de comunicación, el tema de internet es complicado porque la vigencia es eterna, la vigencia es en los años, mientras existan medio de comunicación.*

*Mientras el medio de comunicación esté abierto y vigente, la comunicación está abierta y vigente, y aun cerrando el medio de comunicación, mínimo 6 meses después, Google sigue ofertando esos contenidos así la URL ya esté rota, pero el contenido lo ofertan.*

*El escenario es demasiado complicado y si uno no actúa de la manera que he venido siendo reiterativo, no vas a hacer capaz de lograr el proceso de consolidar un medio de comunicación.*

*Un medio de comunicación nace cada 10 o 20 años, no es ir a arrendar una franja de media hora en una emisora. Un medio de comunicación nace y, es más, los que logran durar más de 5 años, el nivel de mortalidad es altísimo.*

*Es que lograr rentabilizar un medio de comunicación que no tiene el apoyo de un grupo económico, que no tiene la capacidad de aguantar 3, 4, 5 años de estar perdiendo, buscando sacarlo adelante, eso no es sencillo.*

*Hay que tener el camino muy claro y hay que trabajar con el horizonte que es y no dejarse atraer por cantos de sirena que te van a salir diariamente, es saber el camino y dedicarse a andarlo, pero no puedes estar desatado, tienes que tener unos mínimos por los cuales actuar y al menos tratar de que eso te facilite ese caminar, esa búsqueda de ese horizonte.*

*Se debe tener en cuenta de que hay personas que pueden salir afectadas y lo ideal es que eso no suceda, eventualmente, puede escapar un nombre porque a un periodista nuevo se le olvida y lo publica, pero no tenemos ningún inconveniente en corregir y dejar ese nombre y solo dejar el alias”.*

## **¿CUÁLES OBSTÁCULOS ENFRENTARÍA AL IMPLEMENTAR LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“En relación con los posibles obstáculos para implementar la autorregulación. Me demoré 2 años de autoaprendizaje. Estudié economía. No soy periodista. Lo que sí puedo decir es que el escenario del mundo digital no es para que lo dirija un periodista.*

*La monetización hoy es un tema de elasticidad de la demanda, es un tema de optimización de la producción.*

*Hoy el director de un medio nativo digital tiene que entender de código, de software, de diseño gráfico, de edición de video, de redacción de la actividad de periodista, pero los periféricos que tiene un medio de comunicación son innumerables, entonces los obstáculos son innumerables.*

*No solo es la autorregulación, si tú te autorregulas en internet es porque entiendes la dinámica de internet. Que los tiempos son totalmente diferentes, la inmediatez es la que manda, a los medios tradicionales los rige el calendario, a nosotros nos tiene que regir el reloj, nosotros tenemos que generar en inmediatez.*

*Si no tienes un marco por dónde actuar, por dónde moverte, no vas a lograr credibilidad, no vas a lograr ese círculo virtuoso, ese matrimonio que hay que construir con la ciudadanía, porque en últimas es la ciudadanía el gran secreto de un medio nativo digital.*

*Si hacemos un análisis de la burbuja de internet, cuando fracasaron esas grandes inversiones y esas empresas que se creía que iban a transformar el mundo, hubo una característica que se vino a notar en el segundo auge, cuando empiezan a ser empresas esas que hoy son las más valiosas del mundo como Amazon, Google, Youtube, Facebook, Instagram.*

*Ves que hay un hilo comunicante y es que son plataformas en las que la ciudadanía es la que genera el contenido, es la ciudadanía la que tiene el secreto, es la comunidad la que te hace exitoso o no. Entonces, si no tienes unos mínimos de autorregulación, el medio se te sale de las manos y no lo vas a lograr porque la credibilidad no la vas a lograr.*

*Que te reciban en un barrio popular peligroso por temas de seguridad, a un fotógrafo para tomar las fotografías de un homicidio, no lo vas a lograr, te van a sacar y no lo vas a lograr.*

*Es entender que los protocolos en lo digital son otros, en internet para ser de verdad nativo digital, es un escenario totalmente diferente. Eso de que es virtual, eso es falso, lo que pase para bien o para mal en internet, las consecuencias, son totalmente reales, entonces tenemos que actuar en consecuencia.*

*Ventajas hay todas y los obstáculos son múltiples. Los beneficios, el principal, es facilitar el camino, es saber que lo estás haciendo bien con la comunidad, y que eso te va a traer una consecuencia. Es lograr ese círculo virtuoso necesario para ser exitoso en internet.*

*Internet no es transcribir la versión que sacaron en papel, eso no es ser digital, eso no es tener versión digital, eso no es ser nativo digital. No es tener en internet lo que sacaste en papel, y manejar los tiempos de lo digital atado a lo que vas a publicar mañana, estás muerto.*

*Yo no puedo regalar en digital hoy lo que intento vender mañana en papel. Eso genera unos rezagos completamente insalvables. El medio que tiene versión en papel y versión en digital tiene que saber navegar, tiene que saber generar contenidos para uno y para otro. Contenidos escritos de manera diferente.*

*En internet puedes publicar el contenido hecho por el mejor periodista, pero si no lo optimizas para internet, no te lo va a leer nadie. Alguien que sabe optimizar para internet, pero no sabe escribir, escribe y lo van a leer cuatro veces más que el excelente periodista que escribe maravilloso.*

*No es el contenido el que gana, es el contenido optimizado el que gana. Son demasiados escenarios, la autorregulación es uno de ellos. ¿Es trascendental? Sí, pero los escenarios son demasiados, es un círculo virtuoso que se construye de manera lineal y un eslabón trascendental es la autorregulación. Si no existe autorregulación, no es viable, de ese tamaño lo resumo: si no existe autorregulación, no es viable en lo digital”.*

## **¿DEBE HABER CONCERTACIÓN CON OTROS MEDIOS PARA AUTORREGULARSE?**

*“No. Es muy difícil.*

*A manera de ejemplo: la monetización, la ruta ideal sería que todos los publishers incluyendo las versiones digitales de canales de televisión, de periódicos impresos, de emisoras, deberíamos estar unidos en una suerte de bolsa, en una cooperativa*

*y juntos enfrentar a los grandes Ad Networks: google, rubicom, almaraz que, aparte de ser Ad Server, es Ad Network.*

*Si juntamos el tráfico de todos los publisher en Colombia, podríamos nosotros tener posición dominante e imponer tarifa, pero eso raya en lo imposible. No hay manera de que uno lo proponga y sea de buen recibo.*

*De inmediato van a pensar que uno tiene agenda oculta, es la vaina más extraña del mundo, piensan que uno les va a cobrar comisión. Piensan que uno va a manipular el Ad Server y las impresiones que ellos generan no se les van a retribuir, cuando la ventaja que tiene internet es que las métricas son exactas.*

*El Ad Server no miente y si el medio tuyo generó 50 millones de páginas impresas, en consecuencia, se sabe de cuánto dinero genera y cuánto monetiza. El asunto es proponer autorregulación, van a creer que estamos matando la libertad de prensa, que estoy actuando en contravía de la ética y de estándares y de no sé qué.*

*Uno va adicionando cosas porque la tecnología nace diariamente y se vuelve vetusta diariamente, entonces, toca ir adecuando, pero el horizonte lo tengo desde el inicio y es lo que estoy caminando.*

*He hecho intentos de hacer asociaciones al punto de que he ido a la academia a decirles: miren, hay profesiones nuevas y el recurso humano no se está capacitando porque hay profesiones como la del Ad Trafficker que tiene que saber de diseño gráfico, tirar código, microeconomía de elasticidad de demanda y optimización de curvas de producción, marketing digital. Ese es un recurso humano que es imposible que una carrera genere en Colombia.*

*Las universidades están obligadas a dimensionarse como la universidad de las competencias. Podría ir a la universidad de Antioquia y estudiar desarrollo de software un año. Ir a la EAFIT para estudiar diseño gráfico otro año. Ir a la universidad de Medellín para estudiar marketing digital 8 meses o un año. Ir a la Bolivariana a estudiar microeconomía otro año.*

*Ahí tengo las competencias necesarias para ser Ad Trafficker, conseguir un empleo de inmediato y ganar un salario maravilloso. El Ad Trafficker que tengo lo traje de fuera de país porque en Colombia hay 5 o 6 y ya tienen empleo. No se consiguen, entonces hay distorsiones demasiado difíciles.*

*He ido a varias universidades a decirles: hoy por el lado del publisher, el cargo de Ad Trafficker lo está desarrollando el diseñador gráfico. Eso es una distorsión porque básicamente eran los encargados de publicar los banners.*

*En el cargo de Ad Trafficker, la persona que no tenga estas 4 competencias, porque la universidad no capacita por competencias, sino que te obliga a chuparte 6 semestres de un ciclo de ingeniería básico, que eso no sirve de nada, debería esta al menos en manos de un economista que entienda, al menos, el concepto de elasticidad de la demanda.*

*Un diseñador gráfico no es capaz con eso. El diseñador gráfico te opera las plataformas, te opera el Ad Exchange de google, te opera la plataforma de Ad Server, pero, el criterio de optimización no lo entiende, entonces las asociaciones son necesarias y son urgentes.*

*Los cambios son necesarios y son urgentes. No es fácil decirle a una universidad que renuncie a clavarle a un estudiante 6 semestres de ciclo básico de ingeniería y que arranque con las competencias de una vez. no lo van a aceptar jamás, faltan muchos años.*

*Del lado de los Ad Networks si lo hacen bien: el vicepresidente económico de google es quien escribió el texto en el que se estudia microeconomía en el planeta entero, en pregrado, en maestría y en doctorado, microeconomía intermedia y microeconomía avanzada.*

*Ese es el vicepresidente económico de google y tiene un equipo de economistas de lo mejor del mundo y del lado de los publisher nos enfrentamos con un diseñador gráfico, es totalmente complicado.*

*¿Qué digo? la alianza es necesaria, lograrla hoy es imposible”.*

## **¿CUÁL ES EL PAPEL DE LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO RESPECTO A LAS REDES SOCIALES Y LA INTERACCIÓN CON LAS AUDIENCIAS?**

*“Google y Facebook miden pixeles de piel y si yo incurro en publicar piel y publicar piel y publicar piel, me van a meter una sanción de 72 horas, o sea, básicamente ahí la regulación es absolutamente necesaria o te cierran la red social, más que la regulación que haga el medio por política interna es que hay que regularse o te sacan”*

**5.1.2.3 TULIO ANGEL – PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN NACIONAL DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN - ASOMEDIOS**

**¿QUÉ ENTIENDE USTED POR AUTORREGULACIÓN EN MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Es la manera de uno controlar, como su nombre lo indica, autocontrolarse, autorregularse, tomar medidas necesarias dentro de uno mismo sin que lo regule el Estado para tener más claridad con las audiencias y con los compromisos con la sociedad cuando se emitan y se divulguen contenidos.”*

**¿QUÉ PROCESOS DE AUTORREGULACIÓN CONOCE USTED EN SU MEDIO U OTROS MEDIOS INFORMATIVOS EN COLOMBIA?**

*“Creo que se llamará Autocontrol, que va a ser un mecanismo realmente de diferentes entes, para realmente autocontrolarse, llevar a soluciones de problemas entre ellos mismos y poder tener más compromiso con las audiencias frente a lo que se divulga sin tener que recurrir al Estado para que dirima estos conflictos o para que dirima situaciones que se consideren son conflictivas”.*

**¿CONSIDERA USTED QUE ES NECESARIO APLICAR Y FORTALECER MECANISMOS DE AUTO REGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Sí. Sin duda. Me parece que es fundamental. Estas disciplinas que vienen tomando los países desarrollados con temas de autocontrol, de autorregulación, tienen que llegarle al mundo latinoamericano. En América Latina ya lo tienen Chile, México, Brasil. Lo está implementando Colombia.*

*Creo que efectivamente es fundamental que los medios se autocontrolen para el bien de sus audiencias, para la credibilidad de sus audiencias y para el beneficio de todos, sin tener que buscar que el Estado los regule.*

*Me parece que la manera de tener medios tradicionales y de todo tipo, importantes, serios, sin noticias falsas, es realmente con medidas de autocontrol”.*

**¿QUÉ ASPECTOS DEBERÍA CONTEMPLAR LA AUTOREGULACIÓN? MENCIONE AL MENOS TRES ASPECTOS.**

*“La autorregulación debe tener todos los aspectos necesarios para que efectivamente lo que se divulgue sea cierto, sea veraz, no viole normatividad de ningún tipo o no tenga figuras que confundan a las audiencias, básicamente todas*

*las medidas necesarias para que la información sea veraz y para que la información que se dé, tenga claros visos de que el aviso, ya sea publicitario o sea informativo”*

### **¿QUÉ TAN VIABLE ES IMPLEMENTAR MECANISMOS DE AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“Creo que todas. Efectivamente, todos los medios de comunicación, ya sean escritos, ya sean digitales, ya sean televisivos, ya sean radiales, deben tener códigos de autorregulación. Debe haber compromisos sobre qué se divulga y qué no se divulga.*

*Obviamente, estos compromisos no son para ninguna censura, ni para establecer ningún tipo de cortapisa frente a la información, pero sí para llegar de una manera veraz”.*

### **¿QUÉ VENTAJAS CONSIDERA USTED QUE TIENE LA AUTORREGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“La autorregulación es una manera de evitar, por ejemplo, de que no haya pornografía infantil, de que no haya medidas que afecten realmente a los consumidores, me parece que es mucho más sano es que el medio propiamente determine cómo se informa, qué se dice, cómo es el aviso publicitario que se envía, a que sea el Estado el que tenga que tomar esas decisiones”*

### **¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA USTED QUE SON DE REGULACIÓN EXCLUSIVA DEL ESTADO EN RELACIÓN CON LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Si. Hay medidas, por ejemplo, pornografía infantil. El tema de cierto tipo de abusos, necesitarán de una regulación por parte del Estado. Hay figuras que efectivamente se salen del autocontrol y llegan a que el Estado, en su manera coercitiva sancione, en caso de que esto se presente”.*

### **¿CUÁLES OBSTÁCULOS ENFRENTARÍA AL IMPLEMENTAR LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“El autocontrol me parece que es una disciplina mental de cada uno, que sepa exactamente qué debe difundir y qué no. Además, debe haber una sanción, una sanción moral, en la cual la persona sepa efectivamente qué se debe decir y no se debe decir.*

*Me parece que hay una línea gris entre el tema del autocontrol y la censura, o sea, no estoy pretendiendo que el autocontrol sea una censura develada, sino que efectivamente haya una responsabilidad.*

*Cuando se habla de la prensa libre, se olvida muchas veces de la prensa libre pero responsable. Esta responsabilidad es la que exige el autocontrol. Efectivamente, esta es la responsabilidad que todo noticiero, todo informador, toda persona que divulgue, debe tener claro, qué es realmente lo que se debe decir y cómo se debe decir”.*

### **¿DEBE HABER CONCERTACIÓN CON OTROS MEDIOS PARA AUTORREGULARSE?**

*“Creo que el autocontrol es un tema individual. Efectivamente se puede generalizar. Esto permite que los medios sean más responsables, más eficientes y generen más credibilidad por parte de sus audiencias”.*

### **¿CUÁL ES EL PAPEL DE LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO RESPECTO A LAS REDES SOCIALES Y LA INTERACCIÓN CON LAS AUDIENCIAS?**

*“Yo creo que las redes sociales sí que tienen importancia, o sea, hoy en día la gran difusión de las redes sociales, la gran revolución que trajo el internet y las redes sociales hacen que todo el mundo se comunique, ahí sí que es necesaria la autorregulación individual de cada persona cuando envía un tweet o cuando sube a Facebook o cuando dice algo en redes sociales donde todo el mundo opina, porque efectivamente ahí es donde se están presentando los grandes problemas de noticias falsas,”.*

#### **5.1.2.4 ANDRÉS MOLINA ARAUJO - RADIO GUATAPURI**

### **¿QUÉ ENTIENDE USTED POR AUTORREGULACIÓN EN MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“La política que asume un medio de comunicación específico frente a los contenidos que emite al público .....” “es que el propio medio autorregula sus contenidos emitidos al público”.*

### **¿QUÉ PROCESOS DE AUTORREGULACIÓN CONOCE USTED EN SU MEDIO U OTROS MEDIOS INFORMATIVOS EN COLOMBIA?**

*“El caso de los suicidios, nosotros la cobertura de los suicidios la tratábamos como una noticia más, como si fuera una muerte violenta, como si fuese un homicidio, y a raíz de varias capacitaciones que hemos tenido a nivel local, nos hicieron caer en la cuenta, desde hace unos dos o tres años, que el tener una cobertura tan mediática de los suicidios, generaba el llamado efecto contagio.*

*“Cuando no habíamos hecho la exclusión también cubríamos el suicidio de la misma manera, entonces decidimos hace 4 años autorregularnos y no tener una cobertura de los suicidios anunciada por la sirena con el fin de evitar el efecto contagio”*

**MENCIONE DOS EJEMPLOS EN LOS QUE SU MEDIO HAYA APLICADO LA AUTORREGULACIÓN EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.**

*“Ese sí fue hace más de 8 años, cuando nos dimos cuenta del error conceptual de hablar de “crímenes pasionales” en los casos en los que una pareja asesinaba a la otra, sea hombre o mujer, en este sentido la connotación de crimen pasional está errada y segundo aminora la responsabilidad de lo que en el fondo se ha cometido que es un homicidio, y de esa manera ese término lo anulamos de todas nuestras noticias, bien sea escritas o radiales y estamos utilizando el término correcto que es feminicidio, y si es muerte a un hombre Androcidio”.*

**EN LA TOMA DE DECISIONES PERIODÍSTICAS, ¿QUÉ CRITERIOS DE AUTORREGULACIÓN APLICA SU MEDIO INFORMATIVO?**

*“Tratamos siempre el enfoque de las noticias que sea lo más objetivo posible, que tengan todas las fuentes o las miradas sobre un determinado problema”*

*“Somos cuidadosos en proteger las fuentes cuando los temas son sensibles o pueden generar alguna consecuencia negativa, bien para la fuente o bien para el periodista que lo cubrió”*

**¿CONSIDERA USTED QUE ES NECESARIO APLICAR Y FORTALECER MECANISMOS DE AUTO REGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Se debe socializar lo que es una adecuada autorregulación porque, al fin de cuentas, es potestad de cada medio de comunicación adoptar una política de autorregulación y en determinados temas. No tiene que ser genérica, sino que puede ser: este tema lo vamos a manejar de esta manera, o este tema no lo vamos a manejar de esta manera.*

*Por ejemplo, en el Cesar, que fue un departamento que durante mucho tiempo estuvo bajo fuego de grupos armados irregulares, guerrillas, paramilitares e incluso*

*agentes del Estado, muchos medios locales adoptamos como un acuerdo tácito. Cuando cubríamos los temas del conflicto, no poníamos el periodista que hizo la noticia precisamente para protegerlo porque en algunos casos hubo atentados y asesinato de periodistas.*

*Creo que sí, en general si, respondo a la pregunta afirmativamente, que sea potestativo de cada medio adoptar la autorregulación”.*

**¿QUÉ ASPECTOS DEBERÍA CONTEMPLAR LA AUTOREGULACIÓN? MENCIONE AL MENOS TRES ASPECTOS.**

*“Uno es el tema de noticias judiciales...”*

*“Otro tema de paz, digamos, en una parte de los acuerdos está el principio de no estigmatización”*

*“Temas de políticas de inclusión”*

**¿QUÉ TAN VIABLE ES IMPLEMENTAR MECANISMOS DE AUTOREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“Es viable en la medida en que se toma una política a nivel directivo y se socializa con los periodistas.*

*Autorregularse implica un cambio de chip en la mentalidad de los periodistas y a veces los periodistas que son tan críticos con muchas cosas externas, son muy tercos a la hora de asimilar nuevos cambios y nuevos paradigmas.*

*El tema es poder generar dentro del medio una cultura hacia la autorregulación. Creo que eso es. No solo basta con adoptar la política, con establecerla, publicarla, sino que lo más importante es, en el día a día, estar muy atentos cuándo hay una infracción a la política. Cuando haya una desviación frente a la política, para poder tomar correctivos, e insisto, socializar con los periodistas para que, en la práctica de la cobertura diaria de las noticias, ejecuten esa política, la pongan en práctica”.*

**¿QUÉ VENTAJAS CONSIDERA USTED QUE TIENE LA AUTOREGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Prevenir cuestionamientos externos frente al medio... si se corrige dentro de sus procesos internos va a evitar el derecho de rectificación, acciones de tutela, denuncias por injuria y calumnia, va a haber una adecuada puesta en escena de las noticias, es un mecanismo preventivo al interior del medio.”*

*“Establece un “control interno” sobre los contenidos que se emiten al público. digamos que tienen esas dos ventajas, previene y ejerce una especie de filtro de las noticias antes de ser publicadas.”*

### **¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA USTED QUE SON DE REGULACIÓN EXCLUSIVA DEL ESTADO EN RELACIÓN CON LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Esa línea es bien delgada a veces o muy gris. Diría que hay un principio constitucional, el Estado tiene capacidad. En la Constitución están sentadas las bases y dice que la información y los medios de comunicación son libres, pero tienen responsabilidad social.*

*En Colombia el Estado debe intervenir lo menos posible en los medios de comunicación, ese debe ser el principio y que el medio se autorregula, y cuando el medio hace una clara transgresión de los principios de la libertad de expresión, el Estado entra e interviene.*

*No estaría de acuerdo con que el Estado sea la voz cantante o que tenga una capacidad de intervención en los medios de comunicación. Creo que eso va en contra del principio de que la libertad de expresión es la regla general y solo por vía de excepción el Estado interviene o tiene alguna injerencia en los medios de comunicación.*

*Por ejemplo, en el caso de radio, el espectro, es un bien público regulado por el Estado en sus temas técnicos, pero no en cuanto a los contenidos. El Estado ejerce sobre los medios radiales una intervención grande respecto a qué frecuencia estamos emitiendo, con qué potencia, hasta qué cobertura tenemos alcance, las tarifas que debemos pagar, son temas económicos y técnicos, pero, en cuanto a los contenidos, prima la regla de la libertad de expresión”.*

### **¿CUÁLES OBSTÁCULOS ENFRENTARÍA AL IMPLEMENTAR LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“Uno es el conocimiento. Creo que para hacer una adecuada política de autorregulación sería ideal tener el acompañamiento o asesoría externa de una persona que conozca el tema o de una institución que nos ayude. Que tenga experiencia en ese tema, que nos asesore al medio para tomar una adecuada política de autorregulación, creo que eso es una dificultad.*

*Otro es el tema del costo porque seguramente no va a ser gratuito, sino que de alguna manera requiere hacer una inversión. Entonces el tema del conocimiento,*

*el costo y también el tiempo. Eso toma tiempo, adoptar una adecuada política de autorregulación”.*

**¿DEBE HABER CONCERTACIÓN CON OTROS MEDIOS PARA AUTORREGULARSE?**

*“No necesariamente. Insisto en que debería ser potestativo de cada medio”.*

**¿CUÁL ES EL PAPEL DE LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO RESPECTO A LAS REDES SOCIALES Y LA INTERACCIÓN CON LAS AUDIENCIAS?**

*“En cuanto a publicación de fotografías que puedan ser sensibles u ofensivas, en muertes trágicas, o violentas. Algunos periódicos les gustan publicar las personas con la sangre, eso nosotros no lo hacemos, así sea en redes, si otro medio lo hace, nosotros no lo hacemos, difuminamos la foto por respeto a los familiares de la víctima, no publicamos fotos sangrientas. No divulgamos temas que son de la esfera privada, aquí por lo menos ha habido mucha publicación de videos íntimos, de personas públicas, no publicar imágenes que sean ofensivas o sensibles, y cuando son sensibles, hacemos una advertencia, pero por lo general no las publicamos o las publicamos editadas para evitar ofender la sensibilidad de las personas”*

**5.1.2.5 DIEGO MARTÍNEZ - EL PAÍS DE CALI**

**¿QUÉ ENTIENDE USTED POR AUTORREGULACIÓN EN MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“La autorregulación de medios es el acuerdo que establecen los medios de comunicación para tener unos parámetros que les permitan tener un comportamiento en común ético y frente al oficio”*

**MENCIONE DOS EJEMPLOS EN LOS QUE SU MEDIO HAYA APLICADO LA AUTORREGULACIÓN EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.**

*“No calumniar, no endilgarle a nadie un comportamiento delictivo sobre el cual nosotros no tengamos ninguna prueba, no tomar por ejemplo fotografías de personas que han sido detenidas y que todavía no han sido condenadas, no asumir el papel de jueces que no nos corresponde”*

## **EN LA TOMA DE DECISIONES PERIODÍSTICAS, ¿QUÉ CRITERIOS DE AUTORREGULACIÓN APLICA SU MEDIO INFORMATIVO?**

*“Pues en la en el periódico el país hay permanente instancias de análisis y de evaluación del comportamiento de los periodistas uno podría dominarlos o uno podía asimilar los comités de autorregulación, aunque no están formalmente establecidos, pero si hacen si ejercen ese tipo de labor”*

## **¿CONSIDERA USTED QUE ES NECESARIO APLICAR Y FORTALECER MECANISMOS DE AUTO REGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Así como, en otras profesiones cómo la medicina, existen comités de ética, me parece que es fundamental que en el periodismo colombiano exista un comité conformado por periodistas que esté permanentemente evaluando el comportamiento de quienes ejercen el oficio.*

*Un comité a dónde pueden acudir las personas que crean que han sido vulneradas de diferente forma por informes periodísticos. Que puedan quejarse y poner en conocimiento los malos comportamientos de los periodistas”.*

## **¿QUÉ ASPECTOS DEBERÍA CONTEMPLAR LA AUTOREGULACIÓN? MENCIONE AL MENOS TRES ASPECTOS.**

*“Un tribunal de ética periodística me parece fundamental establecer unos parámetros para el desarrollo del oficio y tener la capacidad de sancionar por lo menos moralmente a quienes se exceden en el desarrollo en el cumplimiento del deber”.*

## **¿QUÉ TAN VIABLE ES IMPLEMENTAR MECANISMOS DE AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“No tenemos formalmente mecanismos de autorregulación, pero los tenemos dentro de la jerarquía horizontal del periódico. Creo que más importante que en el medio, en el gremio si es fundamental, porque los periodistas creemos que estamos por encima de todo. No estamos por encima de todo.*

*Tampoco es bueno que el Estado ejerza esa regulación. Los únicos que lo podemos hacer somos los propios periodistas, para evitar que el Estado nos aplique ese tipo de regulaciones, lo mejor es crear nuestros mecanismos de autorregulación”.*

## **¿QUÉ VENTAJAS CONSIDERA USTED QUE TIENE LA AUTORREGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Es fundamental yo creo que pueda darle mayor credibilidad a la labor informativa en la medida que la gente vea que los excesos periodísticos se sancionan, van a tener más confianza en la prensa en general, hoy en día un periodista comete un exceso y simplemente lo sancionan la justicia o no pasa nada me parecería fundamental para darle credibilidad y respetabilidad al medio que nosotros mismos seamos capaces de crear un comité de ética que evalúa el comportamiento de los colegas”*

## **¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA USTED QUE SON DE REGULACIÓN EXCLUSIVA DEL ESTADO EN RELACIÓN CON LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Ninguno. Como decía un presidente colombiano: es preferible una prensa desbordada que una prensa amarrada.*

*Creo que el Estado no debe intervenir para corregir el comportamiento de sus periodistas ni para sancionarlos, eso hay que dejarlo en las manos de los propios periodistas. Creo que el Estado lo que debe hacer es garantizar que los periodistas puedan cumplir de una forma libre e independiente con su oficio”.*

## **¿CUÁLES OBSTÁCULOS ENFRENTARÍA AL IMPLEMENTAR LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“En mi medio ya tenemos mecanismos de autorregulación, pero en el gremio en general, el ego los periodistas me parece que es muy susceptible y se verían afectados.*

*Creo que por eso no ha sido posible llegar a la creación de ese comité de ética, porque los periodistas sentimos que estamos por encima del bien y del mal. No nos gusta que nos hagan ver, ni siquiera los propios colegas, los errores que cometemos”.*

## **¿DEBE HABER CONCERTACIÓN CON OTROS MEDIOS PARA AUTORREGULARSE?**

*“De un acuerdo. Esto no es un problema de medios, es de periodistas. Creo que los medios tampoco intervenir. Esto debe ser una iniciativa de los periodistas. Los medios como entes deben quedar al margen de esto. Deben dejar esta iniciativa en manos de los periodistas para que no haya interferencia de los propios medios*

*en la autorregulación. La autorregulación no es una cuestión de los medios es una cuestión de los periodistas”.*

### **¿CUÁL ES EL PAPEL DE LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO RESPECTO A LAS REDES SOCIALES Y LA INTERACCIÓN CON LAS AUDIENCIAS?**

*“Una labor preventiva de decirle a los periodistas cuál es su responsabilidad, les recordamos que ellos trabajan para un para un medio y que eso les da unas responsabilidades, tienen que siempre aclarar cuando hacen un comentario en la red social que es a título personal”*

#### **5.1.2.6 ESTEFANIA COLMENARES - LA OPINIÓN DE CÚCUTA**

### **¿QUÉ ENTIENDE USTED POR AUTORREGULACIÓN EN MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Por autorregulación se entiende ese conjunto de parámetros que deben existir en los medios de comunicación para garantizar el correcto desempeño del ejercicio periodístico. Se trata de unos criterios o principios básicos que deben cumplirse para que en el trabajo del reportero se garantice el respeto por la ética y la responsabilidad social propia del periodismo. La autorregulación es clave para garantizar el ejercicio del periodismo independiente, imparcial, objetivo y de calidad.*

### **MENCIONE DOS EJEMPLOS EN LOS QUE SU MEDIO HAYA APLICADO LA AUTORREGULACIÓN EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.**

*“Lo hicimos porque detectamos que, en algunos casos, lo que allí publicaban iba en contravía de los principios que debe tener en cuenta el periodista a la hora de referirse a personas o hechos, afectando no solo su nombre sino el del mismo diario”.*

### **EN LA TOMA DE DECISIONES PERIODÍSTICAS, ¿QUÉ CRITERIOS DE AUTORREGULACIÓN APLICA SU MEDIO INFORMATIVO?**

*“Los criterios de imparcialidad, objetividad, contraste de fuentes, presunción de inocencia, y tener como soportes para las afirmaciones que se hacen sobre casos o personas.”*

### **¿CONSIDERA USTED QUE ES NECESARIO APLICAR Y FORTALECER MECANISMOS DE AUTO REGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Se considera necesario y bastante viable, aplicar y fortalecer mecanismos de auto regulación en concertación con otros medios informativos. Dentro de los obstáculos que enfrenta la autorregulación se encuentra que “algunos puedan confundirla con autocensura”. De igual manera se valora que ningún aspecto debería ser objeto de regulación exclusiva del Estado”.*

**¿QUÉ ASPECTOS DEBERÍA CONTEMPLAR LA AUTOREGULACIÓN?  
MENCIONE AL MENOS TRES ASPECTOS.**

*\* Ética periodística*

*\* Fuentes*

*\* Derechos que tiene una persona que es sujeto de investigación*

*\* Los periodistas y los medios de comunicación deben observar derechos humanos tan fundamentales como la presunción de inocencia, el derecho a la honra y a la intimidad, por citar algunos. Las informaciones y opiniones deben corresponder a hechos verídicos y comprobados. A estas dos funciones profesionales, averiguar qué pasó y comprobar lo que pasó, debe seguir la inclusión de los datos contrastados provenientes de diversas fuentes de información.*

**¿QUÉ VENTAJAS CONSIDERA USTED QUE TIENE LA AUTORREGULACIÓN  
EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“La autorregulación trae ventajas pues son mecanismos que redundan en el buen desarrollo del ejercicio periodístico. En la medida en que existan criterios claros de autorregulación, menos espacio habrá para errores o faltas a la ética en los medios de comunicación. La autorregulación trae ventajas también con la audiencia, pues es un mecanismo que hace que los medios sean más transparentes en la forma en la que trabajan y responden a unos criterios que la audiencia demanda.”*

**5.1.2.7 GUIDO CORREA – NOTICIERO 90 MINUTOS**

**¿QUÉ ENTIENDE USTED POR AUTORREGULACIÓN EN MEDIOS  
INFORMATIVOS?**

*“Desde mi perspectiva de periodista como el libre pensador de persona liberal creo que entre menos el estado intervenga en el ejercicio del manejo de la información en una democracia mejor yo creería que el estado no debería intervenir para regular los medios en demasía.”*

**MENCIONE DOS EJEMPLOS EN LOS QUE SU MEDIO HAYA APLICADO LA AUTORREGULACIÓN EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.**

*“Se trató de un acta de compromiso en el que prometíamos ser lo más cautelosos posibles, respetar a las víctimas y no propiciar que la gente idolatre a el bandido, tampoco convertirnos en idiotas útiles de lo que quiere el terrorista. Lo firmamos la mayoría de medios de comunicación entre ellos 90 minutos, fue un ejemplo muy claro de cómo ante la crisis los medios de comunicación pueden tomar unas medidas éticas y reales sobre los actos que envuelven su ejercicio profesional”.*

*“Nosotros decidimos en el noticiero de televisión no compartiría imagen ni videos sobre suicidios. Por el contrario, informar lo más escuetamente posible sobre ese caso, pues primaba el respeto a la familia, y a la memoria de las víctimas especialmente la del niño. Para mí la autorregulación es un poquito de autocensura sustentada que ayuda al periodismo”.*

**EN LA TOMA DE DECISIONES PERIODÍSTICAS, ¿QUÉ CRITERIOS DE AUTORREGULACIÓN APLICA SU MEDIO INFORMATIVO?**

*“En 90 minutos no hay un manual de autorregulación trabajamos sobre la casuística en aspectos éticos y en aspectos un poco morales y en aspectos de libertad de prensa, nosotros no tenemos unas normas de autorregulación escritas en un libro, la ética y los casos en donde se ve comprometida la libertad de expresión y la ética no provienen de un manual de estilo sino del estudio exhaustivo de los casos, de las pruebas, de las fuentes, de los perfiles, de las personas, de nuestra propia política editorial.”*

**¿CONSIDERA USTED QUE ES NECESARIO APLICAR Y FORTALECER MECANISMOS DE AUTO REGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Desde mi perspectiva de periodista, como el libre pensador, persona liberal, creo que entre menos intervenga el Estado en el ejercicio del manejo de la información en una democracia. es mejor. Creería que el Estado no debería intervenir para regular los medios en demasía. Soy amigo de que el Estado intervenga bien poco en regular los medios de comunicación.*

*Hay situaciones muy puntuales como el cubrimiento de elecciones y algunos otros eventos en los que es necesario que orientar a los medios hacia la imparcialidad. Ese tipo de cosas si se pueden orientar con algunas medidas, sin embargo, el Estado no debería de intervenir demasiado.*

*La regulación de los medios de comunicación, más allá de la regulación del soporte de los medios que usamos el espectro electromagnético, tiene que ver una regulación las bandas que son propiedad del Estado.*

*Algunos usamos espectro para transmitir nuestro mensaje. Debe haber una regulación técnica, sobre todo, pero no en materia de contenidos. Esta relación con Internet nos ha demostrado que la libertad de prensa tiene sus grandes ventajas y cualquier limitación a la libertad de prensa es atentar contra ella en ese sentido. Soy amigo de que el Estado intervenga bien poco en regular los medios de comunicación.*

*La mayor ventaja que tiene la autorregulación para los medios es la posibilidad de reflexión. Es decir, si hay un caso que llegue a una sala de redacción y tenga que involucrar la reflexión de sus miembros, el estudio exhaustivo con un departamento jurídico, con las directivas, más allá del director y del jefe de redacción, la reflexión común entre periodistas, es un gran aporte para la autorregulación porque nos permite reflexionar sobre nuestro trabajo.*

*Un trabajo que a diario es bajo presión, bajo diferentes presiones, la económica, la justicia, el empleador, la de los grupos ilegales. Entonces digamos que parar y reflexionar sobre algunos casos, nos parece nutritivo, si hay casos que merezcan la revisión de los periodistas. Esa reflexión es un gran aporte porque mientras más periodistas reflexionen sobre su labor, mejores labores harán.*

*Hace algunos años, muchos tal vez, los medios de comunicación firmamos un pacto de autorregulación en la época en la que el narcoterrorismo asustaba al país, incluyendo a Cali.*

*Los medios de comunicación, a nivel nacional, firmamos un acta de compromiso en la que prometíamos ser lo más cautelosos posible. Respetar a las víctimas y no propiciar que la gente idolatre a el Bandido. Tampoco convertirnos en idiotas útiles de lo que quiere el bandido cuando comete actos terroristas.*

*Ese fue un ejemplo muy claro, lo firmamos la mayoría de medios de comunicación, entre ellos, 90 minutos. Fue un ejemplo muy claro, sobre cómo, ante la crisis, los medios de comunicación pueden tomar unas medidas éticas y reales sobre los actos que envuelven su ejercicio profesional.*

*En el caso de los niños suicidas. Hace poco que hubo una señora que se auto eliminó y llevó consigo a su hijo pequeño, se tiró de un puente y se suicidó en el Tolima. Nosotros decidimos en el noticiero de televisión no compartir el video, no*

*compartir la imagen, informar lo más escuetamente posible sobre ese caso, sobre ese hecho, por varias razones.*

*Por respeto a la familia, por el respeto a la memoria del niño, por no incentivar actos como ese. No es fácil establecer cuando la autorregulación es válida y cuando en realidad la autorregulación es un poquito de autocensura sustentada. Un poquito de autocensura en su justa dimensión ayuda.*

*En 90 minutos no hay un manual de autorregulación trabajamos sobre la casuística en aspectos éticos y en aspectos un poco morales. En aspectos de libertad de prensa trabajamos sobre la casuística. Debo confesar que no tenemos una guía muy clara, muy establecida, por lo menos que nos permita establecer que derrotero seguir, porque en los casos donde puede existir o se puede aplicar algo de regulación o de autorregulación, pues no son tantos casos, ni tan frecuentes, que nos permitan establecer unas normas de conducta.*

*Si fueran normas de conducta, ya sería lo normalizado, no sería autorregulación, sino una regulación establecida finalmente. Nosotros no tenemos unas normas de autorregulación escritas en un libro. Digamos que la ética y los casos donde se ve comprometida la libertad de expresión. La ética no proviene de un manual, si no del estudio exhaustivo de los casos de estudio, las pruebas, las fuentes, los perfiles de las personas. El estudio profundo de nuestra propia política editorial.*

*Para un periodista de oficio la autorregulación le puede ir sonando como autocensura. Sin embargo, no es un sinónimo. Hay autorregulación cuando hemos decidido, a motu proprio, respetar los derechos que tienen las víctimas, incluso, algunos victimarios de proteger algunas de sus prerrogativas, y, derecho al buen nombre, derecho a la intimidad.*

*Puedo sentir que hay una ambivalencia entre lo que es la autocensura y la autorregulación.*

*La autorregulación es algo voluntario que decidimos los que manejamos las orientaciones editoriales de los medios de comunicación para proteger derechos de la sociedad. Nosotros no estamos para arrasar los derechos de la sociedad, ni de los individuos. Creo que la autorregulación apunta hacia allá. Reverberar la autorregulación me parece autocensura e ignorar que uno debe autorregular las posibilidades del medio, me parece que es una irresponsabilidad.*

*Con respecto a las redes sociales y en si al entorno al entorno digital, creemos que el problema es hacer buen periodismo. Allí no creo que haya autorregulación. El buen periodismo se impone sobre cualquier cosa.*

*Me refiero a cualquier amenaza, a ese tipo de excesos, creo que a excesos de libertad. 90 minutos tiene un decálogo de principios en los que prohíbe, regula nuestra estética en la pantalla: no hacer primeros planos de gente muerta, sangre, imágenes con alto contenido sexual y erótico.*

*Hay ciertas limitaciones que nosotros mismos nos hemos impuesto para nuestra relación con el usuario, con el televidente, eso se traslada perfectamente a las redes sociales y el entorno web se protege, es decir, nosotros somos 90 minutos.*

*En televisión, en redes sociales, en la página web, en los podcasts en donde nosotros salgamos, es una marca que tiene espíritu, un espíritu periodístico que se respeta no solamente en televisión.*

*Claro que cada soporte tiene unas características y las posibilidades, sin embargo, hemos decidido hacer buen periodismo en la web. Eso implica que la gente que consume feed, memes y ese tipo de cosas, algún día regresará a los medios de comunicación, no a los tradicionales, sino los medios de comunicación que hacemos buen periodismo en lo digital.*

*Me aparece que una forma de no tener que regularse es seguir haciendo un buen periodismo. En el caso de 90 minutos que lo hace bien en la televisión, pues seguirlo haciendo bien en la web, no ser más o menos estricto con los medios periodísticos porque es la web y podemos usar este videíto vulgar o este videíto asesino o este videíto espectacular. Nosotros somos 90 minutos y nos portamos como 90 minutos en todo el ambiente periodístico, en todo el ancho periodístico.*

*Esa es la manera como intentamos combatir un poco tanta basurita que hay en las redes sociales y en el entorno digital. Creemos firmemente que los usuarios digitales van a entender eso. Estamos en una época de educación del usuario digital. Ese usuario digital va entender con el tiempo que tiene que regresar o llegar, si no ha entrado nunca, a los medios que hacemos buen periodismo, para poder leer, ver, oír certezas y no rumores.*

*El intento de asociación de medios para autorregularse fue un acto muy difícil. Fue una situación súper especial, es decir, no es un acto que se dé a menudo.*

*No recuerdo una situación de esas, es decir, los medios de comunicación nos reunimos en Bogotá para firmar un compromiso de autorregulación, en ese*

*momento era combatir la información que salía en los medios, regularla, para terrorismo y Pablo Escobar y toda esa situación.*

*Me parece que situaciones como esa, no se volverán a repetir en una democracia. Creo que esa autorregulación es más sana que la regulación por parte del Estado y que se debe aplicar en momentos donde la democracia esté al borde de la quiebra. Sin embargo, esos momentos son muy escasos en la vida democrática de un país, quedaríamos nuevamente un acto de regulación común con otros medios, deberíamos estar en un momento así de crítico, de lo contrario, un medio se autorregula mirándose para sí mismo, a la comunidad que influye, a sus propias políticas editoriales y a su visión del mundo”.*

**¿QUÉ ASPECTOS DEBERÍA CONTEMPLAR LA AUTOREGULACIÓN?  
MENCIONE AL MENOS TRES ASPECTOS**

*“La regulación los medios de comunicación más allá pues de la regulación del soporte los medios que usamos el espectro electromagnético pues tiene que ver una regulación sobre el tema y digamos las bandas anchas ese tipo de cosas que son propiedad del estado y que alguno de nosotros usamos para transmitir nuestro mensaje debe haber una regulación técnica sobre todo pero en materia de contenidos esta relación con Internet nos ha demostrado que la libertad de prensa tiene su tiene sus grandes ventajas y cualquier limitación a la libertad de prensa pues es atentar contra ella en ese sentido yo soy muy amigo que el estado intervenga bien poco bien poco en regular los medios de comunicación.”*

**¿QUÉ VENTAJAS CONSIDERA USTED QUE TIENE LA AUTOREGULACIÓN  
EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“La mayor ventaja que creo que la autorregulación tiene para los medios es la posibilidad de reflexión”*

*“La autorregulación que nos permite reflexionar sobre nuestro trabajo que es bajo presión”*

*“Porque mientras más un periodista reflexione sobre su labor mejor labor hará.”*

**¿CUÁL ES EL PAPEL DE LA AUTOREGULACIÓN EN SU MEDIO RESPECTO  
A LAS REDES SOCIALES Y LA INTERACCIÓN CON LAS AUDIENCIAS?**

*“No hacer primeros planos de gente muerta, sangre, imágenes con alto contenido sexual y erótico, u otras limitaciones autoimpuestas por donde quiera que se emitan. Aunque cada soporte tiene unas características, los medios de comunicación que hacemos buen periodismo evitan el no tener que ser regulados”.*

#### **5.1.2.8 ROBERTO POMBO – DIRECTOR DE EL TIEMPO**

##### **¿QUÉ ENTIENDE USTED POR AUTORREGULACIÓN EN MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Es un ejercicio autónomo y libre que consiste en definir principios y protocolos internos para tratar asuntos extraordinarios o complejos que requieren hacer prevalecer el sentido de la responsabilidad periodística, es esencial diferenciarlo de la autocensura. Debería ser una conducta excepcional ya que los llamados constantes a la autorregulación especialmente por parte de actores estatales corren riesgo de ser percibidos como un intento de controlar la libertad de expresión.”*

##### **¿QUÉ PROCESOS DE AUTORREGULACIÓN CONOCE USTED EN SU MEDIO U OTROS MEDIOS INFORMATIVOS EN COLOMBIA?**

*“En relación con el manejo de casos de secuestro, en esas circunstancias el protocolo es no revelar la situación económica a los secuestradores, al menos en nuestro diario fue un ejercicio de autorregulación que buscaba evitar darles información a los secuestradores para sus fines extorsivos y que estaba pensado en función de ponerse del lado de las víctimas”. Pombo, expresa que en la actualidad hay practicas similares, aunque no sean asumidas formalmente como protocolo de autorregulación son ejecutables en la sala de redacción. “Con los cubrimientos de atentados terroristas en los cuales la actitud de responsabilidad del diario implica evitar que la difusión periodística termine por amplificar el alcance de las acciones de los terroristas interesados en generar miedo y zozobra, en otras palabras, se trata de registrar los hechos, analizarlos, visibilizar a las víctimas, pero no convertirse en casa de resonancia de los terroristas”.*

##### **MENCIONE DOS EJEMPLOS EN LOS QUE SU MEDIO HAYA APLICADO LA AUTORREGULACIÓN EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.**

*“Podemos mencionar que hemos evitado por principio darles la foto de apertura en primera página a varios atentados o acciones vandálicas y han tenido una segunda ubicación en portada sin dejar de registrar esas noticias, pero sin otorgarles un despliegue innecesario que sólo favorece a los autores de estos actos y también hemos cuidado el manejo de la información relacionada con los suicidios en el entendido de que existen estudios que señalan que sí se publican detalles de cómo se producen estos casos se puede estimular a quienes están pensando en hacerlo”.*

##### **EN LA TOMA DE DECISIONES PERIODÍSTICAS, ¿QUÉ CRITERIOS DE AUTORREGULACIÓN APLICA SU MEDIO INFORMATIVO?**

*“La responsabilidad periodística y los principios del manual de redacción del periódico son la base para tomar decisiones en asuntos complejos pero es importante señalar que la aplicación de estos principios no necesariamente deben ser asumidos como autorregulación si no como el ejercicio permanente de la redacción de realizar su trabajo basándose en valores éticos de los principios periodísticos de la verificación y rigurosidad lo que algunos llaman autorregulación puede ser simplemente el resultado de un ejercicio ético normal en la sala de redacción y esas actitudes una herramienta diaria para hacer periodismo.”*

**¿CONSIDERA USTED QUE ES NECESARIO APLICAR Y FORTALECER MECANISMOS DE AUTO REGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Si se aplican los principios del buen periodismo y criterios éticos, los medios estarán haciendo un ejercicio autónomo de responsabilidad, y no se necesitará tener que formalizar más protocolos de autorregulación para situaciones determinadas. En cambio, en la proliferación exagerada de ejercicios de autorregulación, se puede abrir la puerta a una práctica de protocolos excesiva que sólo camina en la frontera compleja de la autocensura”.*

**¿QUÉ ASPECTOS DEBERÍA CONTEMPLAR LA AUTOREGULACIÓN? MENCIONE AL MENOS TRES ASPECTOS.**

*“Autonomía para decidir si es pertinente Libertad para definir las condiciones de ese ejercicio y ética que también”*

**¿QUÉ TAN VIABLE ES IMPLEMENTAR MECANISMOS DE AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“Es viable cuando sea necesario y cuando en el ejercicio de nuestros principios éticos consideremos que es pertinente introducir mecanismos de esta naturaleza en la sala de redacción”.*

**¿QUÉ VENTAJAS CONSIDERA USTED QUE TIENE LA AUTOREGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“La autorregulación tiene ventajas sólo cuando ellos consideran sin ningún tipo de presión externa que puede ser útil para ellos y la sociedad.”*

**¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA USTED QUE SON DE REGULACIÓN EXCLUSIVA DEL ESTADO EN RELACIÓN CON LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“La regulación del Estado debe estar relacionada exclusivamente con la generación de un marco de normas que garantizan un desempeño empresarial en equidad de los medios informativos al mismo tiempo que protege el derecho a la libertad de expresión”.*

**¿CUÁLES OBSTÁCULOS ENFRENTARÍA AL IMPLEMENTAR LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“Los obstáculos dependen de cada situación específica. en todo caso, si se trata de aplicar los principios éticos del periódico a una situación compleja, no debería haber ningún obstáculo, ya que estos valores están inmersos en el trabajo de la redacción”.*

**¿DEBE HABER CONCERTACIÓN CON OTROS MEDIOS PARA AUTORREGULARSE?**

*“No debería de ser necesario en tanto que un ejercicio de autorregulación es autónomo y libre”.*

**¿CUÁL ES EL PAPEL DE LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO RESPECTO A LAS REDES SOCIALES Y LA INTERACCIÓN CON LAS AUDIENCIAS?**

*“La aplicación de estos consejos y normas de nuestro manual podría ser vista como un ejercicio autorregulación, pero para nosotros no es necesario llamarlo de esta forma ya que se trata de una herramienta indispensable de trabajo y una condición básica de nuestro oficio diario”.*

**5.1.2.9 CONSUELO CEPEDA - RCN / DEFENSORA DEL TELEVIDENTE**

**¿QUÉ ENTIENDE USTED POR AUTORREGULACIÓN EN MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“la autorregulación es la responsabilidad que deben tener las personas que hacen posible que los medios de comunicación funcionen y que son los responsables de esa información especialmente.”*

**¿QUÉ PROCESOS DE AUTORREGULACIÓN CONOCE USTED EN SU MEDIO U OTROS MEDIOS INFORMATIVOS EN COLOMBIA?**

*“El canal RCN viene trabajando en todo lo que tiene que ver todo lo que tiene que ver con la infancia, en primer lugar; el respeto hacia los niños que han sido víctimas y que pueden convertirse en revictimizados al manejar los temas sin un buen criterio”.*

*“Por otra parte, el cubrimiento de tragedias, de noticias que son dolorosas, también son examinadas. “¿para qué? Para no revictimizar a las personas que están atravesando una tragedia como un terremoto, una inundación, un acto violento y también se ejerce para no hacer apología a personajes que representen el delito. Llámese narcotráfico, terrorismo, violaciones, el tema sexual, en fin, todo lo que pueda ser apologético con este tipo de temas, ahí la autorregulación, ahí prácticamente la autorregulación es innata no hay que decir ni siquiera cuidado con ese tema, ya se sabe cómo se debe cubrir esas fuentes sin necesidad de mentir, pero con el respeto que merece la víctima en las tragedias, pero también la teleaudiencia”.*

**¿CONSIDERA USTED QUE ES NECESARIO APLICAR Y FORTALECER MECANISMOS DE AUTO REGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Absolutamente necesario porque no se puede entrar a una deshonestidad relacionada con la información que se vaya a emitir con tal de conseguir un buen rating. Hay una gran responsabilidad de parte de los medios. Entonces, así como se aplica en la autorregulación para respetar a los niños, para no revictimizarlos, para tener conciencia con las personas que están pasando por una situación dolorosa, también se debe tener mucho cuidado para no enaltecer y hacer apología”.*

**¿QUÉ ASPECTOS DEBERÍA CONTEMPLAR LA AUTOREGULACIÓN? MENCIONE AL MENOS TRES ASPECTOS.**

*“Primero en todo lo que tenga que ver con la niñez, segundo en lo que pueda alterar valores ... y tercero en no emitir, o realizar temas, noticias o programas apologéticos”*

**¿QUÉ TAN VIABLE ES IMPLEMENTAR MECANISMOS DE AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“Se puede implementar. Especialmente en este momento en que hay un cambio de gerencia y de dirección, relacionado con la noticia, porque hay una responsabilidad más grande y una apertura hacia las audiencias antes que hacia los dueños del medio o el establecimiento.*

*Pienso que es el momento adecuado para aplicar, para proponer y para que los directivos sean quienes digan: estamos dispuestos a ejercer una autorregulación. Pero no una autorregulación que proteja y defienda solamente a los interesados y los intereses económicos y políticos de un canal.*

*Una autorregulación que de verdad proteja y construya a una audiencia que definitivamente necesita recibir información clara, veraz, concisa, y sobre todo, sin aspavientos, sin victimización y sin intentar buscar el impacto para conseguir un buen rating”.*

### **¿QUÉ VENTAJAS CONSIDERA USTED QUE TIENE LA AUTORREGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Pienso que tiene una ventaja muy grande porque no hay nada peor que lo prohibido”*

*“Tiene que tener todos los efectos positivos porque no es una Ley y no es una imposición es algo que el medio ejerce o decir ejercer de manera libre porque es responsable y se debe a mejorar el nivel de sus audiencias.”*

### **¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA USTED QUE SON DE REGULACIÓN EXCLUSIVA DEL ESTADO EN RELACIÓN CON LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Creo que en el momento en que el Estado intervenga de una manera más fuerte estaría ejerciendo algo muy dañino para nuestra sociedad que es ir en contra de la democracia. Al intentar hacer, así sea leve, una censura, nosotros somos un Estado libre que tenemos la posibilidad de expresarnos con mucha claridad. Nunca se ha impuesto una dictadura, entonces, sería como dar un paso hacia atrás en relación con la democracia que todavía nos ufamamos de tener. Entonces, yo creería que no. Suficiente con unas Defensorías que sean obligatorias”.*

### **¿CUÁLES OBSTÁCULOS ENFRENTARÍA AL IMPLEMENTAR LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“Creo que el obstáculo podría enfrentar es tener que darle un SI a la ética y un NO al tema económico. Lo que es impactante, amarillista, duro, feo e inmoral, es lo que la gente más ve y se vende.*

*Entonces, creo que el impacto sería económico y a veces pesa más el tema económico que el tema ético, cuando debería ser al revés. Cuando a un medio se*

*le debe distinguir más por su permanente actitud ética que por ganar dinero. Creo que el obstáculo vuelvo y lo digo es económico”.*

### **¿DEBE HABER CONCERTACIÓN CON OTROS MEDIOS PARA AUTORREGULARSE?**

*“Definitivamente debe haber concertación con otros medios para autorregularse, porque no va a cada uno por su lado, tratando de tener los intereses que uno cree que son los que verdaderamente necesitan las audiencias en el momento.*

*Si hay un consenso entre todos los medios, se llega a unos acuerdos y que todos tomen la misma bandera de la autorregulación en diferentes temas. Yo creo que así vamos a tener resultados mucho más positivos para las audiencias y no a a nivel individual”.*

### **¿CUÁL ES EL PAPEL DE LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO RESPECTO A LAS REDES SOCIALES Y LA INTERACCIÓN CON LAS AUDIENCIAS?**

*“El Papel de un canal como RCN debe ser de total compromiso por la ética, la veracidad y los estándares en redes sociales deben ser por lo menos los mismos que se tienen para informar en la pantalla del tv”.*

#### **5.1.2.10 FÍDEL CANO - DIRECTOR DE EL ESPECTADOR**

### **¿QUÉ ENTIENDE USTED POR AUTORREGULACIÓN EN MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Pues que en vez de que haya leyes de prensa, digamos que nos impidan ejercer nuestra función libremente, pues que los medios nos autorregulemos, que nosotros mismos nos pongamos los límites de nuestra responsabilidad frente a la sociedad.”*

### **¿QUÉ PROCESOS DE AUTORREGULACIÓN CONOCE USTED EN SU MEDIO U OTROS MEDIOS INFORMATIVOS EN COLOMBIA?**

*“Acá en el medio es bastante informal la cosa digamos, se da a partir de la dirección del editor general hacia todo el equipo, en momentos que hay informaciones que requieran un análisis en lo previo. Ya una vez hecho el daño pues tenemos mecanismo como lo que hago yo en la Redacción al Desnudo, que es de alguna manera poner la cara frente al público de las fallas o las reflexiones que genere nuestro trabajo”. Cano, semanalmente cuenta a través de este espacio en la web,*

sobre las equivocaciones o simplemente le explica a la audiencia por qué se toman ciertas decisiones periodísticas.

**MENCIONE DOS EJEMPLOS EN LOS QUE SU MEDIO HAYA APLICADO LA AUTORREGULACIÓN EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS**

*“En algún momento decidimos que frente a atentados y cosas de esas no ponemos imágenes de ese tipo en primera página”.*

**EN LA TOMA DE DECISIONES PERIODÍSTICAS, ¿QUÉ CRITERIOS DE AUTORREGULACIÓN APLICA SU MEDIO INFORMATIVO?**

*“Por ejemplo, en temas que tienen que ver con víctimas tratamos de proteger la identidad tanto visualmente como en los textos”*

*“hay decisiones en cuanto a respetar la dignidad de la gente, sobre todo, en cuanto a no promocionar la violencia, ese tipo de cosas es como lo que nos hace reflexionar más.”*

**¿CONSIDERA USTED QUE ES NECESARIO APLICAR Y FORTALECER MECANISMOS DE AUTO REGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Creo que es importante. Incluso creo que debería ser más que dentro de cada medio, posiblemente, alrededor de una organización de medios y de periodistas, se pudiera hacer algún tipo, por lo menos, de estudio del manejo de la información.*

*Alguna manera de regulación desde los mismos periodistas porque en la Constitución obviamente tenemos que hacer información libre pero responsable.*

*Pero dentro de los medios no pasa nada si no ejerce el periodismo con esa responsabilidad, pues, finalmente puede ser una decisión individual que solamente para el público o para la audiencia tiene consecuencias.*

*Ahí, posiblemente, yo pensaría que esa autorregulación debería ampliarse un poco a una entidad. Hay muchos ejemplos en el mundo sobre cómo podría ser eso”.*

**¿QUÉ ASPECTOS DEBERÍA CONTEMPLAR LA AUTOREGULACIÓN? MENCIONE AL MENOS TRES ASPECTOS.**

*“Que no le estén haciendo el juego a nadie en la información, me parece que es lo más importante.”*

*“que vaya contra la dignidad de las personas, que haya cierta protección en la identidad o el buen nombre, sobre todo que se cumplan las normas mínimas del periodismo, sobre eso tiene que estar cualquier tipo de autorregulación.”*

### **¿QUÉ TAN VIABLE ES IMPLEMENTAR MECANISMOS DE AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“Diría que realmente fácil. Realmente es más por el día a día, no tener tiempo para hacer un manual, cosas de ese estilo. Está más en la memoria de la redacción cómo se va formando esa autorregulación, pero creo que podríamos coger esquemas ya usados y adaptarlos, creo que sería bastante sencillo, si es una cosa de periodistas. Obviamente, si ya se van a meter a que poderes a los que el periodismo confronta vayan a decidir que es periodismo y que no, pues, contra eso si le pondríamos la barrera mayor”.*

### **¿QUÉ VENTAJAS CONSIDERA USTED QUE TIENE LA AUTORREGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Genera transparencia, yo creo que es una garantía para el público para la sociedad, que haya una autorregulación que los medios no anden publicando lo que sea sin ningún criterio o con un criterio económico o con un criterio de fama de amarillismo yo creo que es por eso que la autorregulación sería importante, para tener una mejor información por su puesto, pero también una garantía para la sociedad.”*

### **¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA USTED QUE SON DE REGULACIÓN EXCLUSIVA DEL ESTADO EN RELACIÓN CON LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Para mí, más allá de la calumnia o la injuria, no creo que el Estado tenga que meterse en nada”.*

### **¿CUÁLES OBSTÁCULOS ENFRENTARÍA AL IMPLEMENTAR LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“Digamos que el diseño de un esquema formal de autorregulación. Creo que tendría problemas operativos y de tiempos. Ese tipo de cosas. Pero en cuanto a la filosofía yo creo que el medio está totalmente abierto a poner en funcionamiento un esquema más formal de autorregulación”.*

### **¿DEBE HABER CONCERTACIÓN CON OTROS MEDIOS PARA AUTORREGULARSE?**

*“Si. Creo que eso sería el ideal. Que todos estuviéramos de acuerdo en entregarle eso a algún tipo de ombudsman o como quiera que se llame o un consejo. Algo en lo que todos estemos de acuerdo en someternos a esa jurisdicción. Digamos en que alguien externo pueda revisar nuestro trabajo. Obviamente del conocimiento de cómo hacemos el trabajo, pero sino es una autorregulación que funciona bien en unos medios y en los que no funciona, al final no pasa nada no tiene efectos”.*

### **¿CUÁL ES EL PAPEL DE LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO RESPECTO A LAS REDES SOCIALES Y LA INTERACCIÓN CON LAS AUDIENCIAS?**

*“Es un dilema grande que tenemos porque eso es una autorregulación individual, lo que pasa es que ese periodista representa al medio, pero no tenemos ningún tipo de reglas ni de intervención en las cuentas personales de los periodistas”.*

#### **5.1.2.11 JAVIER DARÍO RESTREPO – INVESTIGADOR**

### **¿QUÉ ENTIENDE USTED POR AUTORREGULACIÓN EN MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Es el control que uno ejerce sobre los contenidos de la información teniendo en cuenta la responsabilidad o sea los efectos que puede tener la información.”*

*“Es el ejercicio verdaderamente libre de la información, porque es imponerse uno a si mismo reglas en función de la audiencia.”*

### **¿QUÉ PROCESOS DE AUTORREGULACIÓN CONOCE USTED EN SU MEDIO U OTROS MEDIOS INFORMATIVOS EN COLOMBIA?**

*“Los que uno puede percibir cuando tiene contacto con los medios, la selección de las informaciones, los editores muchas veces ejercen ese papel examinando los contenidos y regulándolos; Es decir, no es cualquier contenido el que va al aire. Se necesitan esos incidentes para que en los medios se active la autorregulación, normalmente hay una rutina que los va haciendo olvidar que tiene una responsabilidad sobre los contenidos”.*

### **MENCIONE DOS EJEMPLOS EN LOS QUE SU MEDIO HAYA APLICADO LA AUTORREGULACIÓN EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS**

(El maestro Restrepo, no trabajó activamente en medios de comunicación en sus últimos años de vida, pero frente a la pregunta hizo unas consideraciones).

*“La autorregulación se aplica siempre, yo escribo una columna semanal, y me autorregulo antes de escribir la columna, de seleccionar el tema, y en el momento de redactar siempre estoy pensando en el efecto que podrá tener el texto sobre los receptores de la información”*

### **EN LA TOMA DE DECISIONES PERIODÍSTICAS, ¿QUÉ CRITERIOS DE AUTORREGULACIÓN APLICA SU MEDIO INFORMATIVO?**

*“Yo pondría en primer lugar la responsabilidad, es decir tener la capacidad de respuesta sobre lo que yo voy a informar y en las prácticas de redacciones no siempre esta esa pregunta, pero es una pregunta que debería hacerse siempre cuál va ser el efecto de esta información y como resultado de la respuesta a esa pregunta vienen las prácticas de autorregulación.*

### **¿CONSIDERA USTED QUE ES NECESARIO APLICAR Y FORTALECER MECANISMOS DE AUTO REGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Me parece indispensable que se aplique sobre todo para lograr el efecto social que debe tener la información. Tengo la convicción de que ese es un potencial que no se ha aprovechado. El efecto social que debe tener la información, ese efecto puede ser mayor en la medida en que se aplique la autorregulación, es decir, en que la gente se esté preguntando esto va a tener este efecto o aquel otro. Si es un efecto malo suprimalo o cambie la forma de presentar la información. Creo que ese es uno de los vectores indispensables para mantener y elevar la calidad informativa”.*

### **¿QUÉ ASPECTOS DEBERÍA CONTEMPLAR LA AUTOREGULACIÓN? MENCIONE AL MENOS TRES ASPECTOS.**

*“El primer aspecto que debe tener es la responsabilidad”*

*“Un segundo, la forma de presentar las informaciones”*

*“hacer crítica de lo que uno ha escrito, pensar cuáles pueden ser las formas mejores por qué siempre hay una forma mejor de presentar la noticia, presentarla de modo rutinario es condenarse a estar repitiendo siempre los mismos errores de forma.”*

### **¿QUÉ TAN VIABLE ES IMPLEMENTAR MECANISMOS DE AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“Es viable en la medida en que el medio se libere de esa servidumbre de hacer una publicación que sea muy vendedora. Es decir, hay que liberarse de la servidumbre al negocio e implantar otra fidelidad permanente que es la fidelidad a los receptores de la información.*

*Si el medio de comunicación está preocupado por servir a los receptores de la información se pueden implantar y se deben implantar esas medidas de autorregulación. Si eso reporta nada y lo único que importa es el negocio, allí eso será un efecto secundario y a veces degradado. La autorregulación es para obtener una mayor ganancia y obtener una circulación mejor, pues, ya entonces, viene una autorregulación degradada que es la que está confeccionando el periódico como una mercancía”.*

### **¿QUÉ VENTAJAS CONSIDERA USTED QUE TIENE LA AUTORREGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“En primer lugar, mejora la calidad, hay que tener en cuenta que cualquier mejoría cualquier conquista en términos de calidad comienza cuando se percibe un error y el segundo grado es percibido el error no podemos volver a cometer el error; entonces qué hacemos para eso hay interviene la autorregulación mejora la calidad. En segundo lugar, esa autorregulación va el servicio que recibe la información por qué se los tienen en cuenta sus derechos y se tiene en cuenta sus expectativas. De modo que en la medida en que uno se auto regula está prestando un mejor servicio si es que es autorregulación que es en función de prestar un mejor servicio a través de la información.”*

### **¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA USTED QUE SON DE REGULACIÓN EXCLUSIVA DEL ESTADO EN RELACIÓN CON LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“El Estado tiene como principal deber no estorbar, debe dejar la libertad de información y a través de sus organismos, por ejemplo, de justicia, debe intensificar la defensa de los derechos de los receptores. Si un receptor ha sido calumniado que la justicia opere, ahí si debe intervenir el Estado en defender los derechos de los receptores, pero de resto, el Estado debe dedicarse a no estorbar”.*

### **¿CUÁLES OBSTÁCULOS ENFRENTARÍA AL IMPLEMENTAR LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“Encuentro que, en primer lugar, está la vanidad del periodista. Toda autorregulación parte del supuesto de que me puedo equivocar y el periodista tiende a ser infalible como cualquier humano pontífice. Lo que él hace le parece bien, y se indigna cuando alguien le señala errores. Esta indignación del periodista cuando le señalan errores es un obstáculo para la autorregulación.*

*En segundo lugar, creo que este periodismo que se hace sin ningún sentido distinto de tener muchos oyentes o muchos lectores o muchos televidentes, pero sin otro objetivo. El periodismo sin objetivos no se autorregula ni entiende la necesidad de autorregularse; entonces se junta la vanidad del periodista y la vaguedad de los objetivos en el medio de comunicación. Ahí tienes un eje o la explicación de que no haya mucha autorregulación de nuestros medios”.*

### **¿DEBE HABER CONCERTACIÓN CON OTROS MEDIOS PARA AUTORREGULARSE?**

*“Sería muy bueno porque se estimularían unos a otros y sobre todo intercambiarían prácticas de autorregulación porque hay muchas formas de imponer la autorregulación en una sala de redacción.*

*Cuando esos medios se reúnen, fortalecen esa voluntad de autorregularse y particularmente descubren cuáles son las verdaderas razones para autorregularse.*

*De las prácticas de unos y otros, del examen de las objeciones que puedan tener, del examen también de los resultados que se obtienen frente a la autorregulación, resulta un conocimiento que es indispensable para los que participan en esa asociación de medios para la autorregulación. De ahí resulta un entusiasmo que se contagia porque en esto hay que reunir la parte técnica de la forma autorregularse junto con los motivos para hacerlo.*

*A veces un medio no autorregula porque no encuentra motivos para hacerlo, porque a veces, ve la parte negativa que puede tener la autorregulación, pero no alcanza a visibilizar todo lo positivo cuando hay una autorregulación que funciona en el medio”.*

### **¿CUÁL ES EL PAPEL DE LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO RESPECTO A LAS REDES SOCIALES Y LA INTERACCIÓN CON LAS AUDIENCIAS?**

*“Yo creo que es el mismo e intensificado porque en la redes sociales es mucho más amplia la audiencia que se tiene y hay una especie de clima de irresponsabilidad, se cree que uno tiene todo el derecho de decir ahí lo que se le dé la gana y se piensa muy poco en el efecto que esto tendrá y particularmente en el impacto que tendrá en las personas, por tanto es necesario que quien está haciendo o llevando a cabo un medio de comunicación o un medio informativo a través de las redes sociales entienda que tiene una responsabilidad igual o superior a la que tiene el medio comercial tradicional y es por el impacto que esto ejerce, yo siempre he considerado que la tecnología digital le ha puesto a las normas éticas y de responsabilidad de una lente de aumento porque tiene más gente porque tiene más*

*agilidad porque tiene en contra los factores espacio y tiempo, por todas esas razones es mucho mayor obedeciendo a un principio ético de que a mayor poder, mayor responsabilidad y el medio digital tiene un enorme poder”.*

#### **5.1.2.12 DINA MARCELA GALLEGO - TELEANTIOQUIA**

##### **¿QUÉ ENTIENDE USTED POR AUTORREGULACIÓN EN MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“La autorregulación tiene que ver con toda la ética periodística y es la manera en que los medios verifican la información para que sea más ecuánime.”*

##### **¿QUÉ PROCESOS DE AUTORREGULACIÓN CONOCE USTED EN SU MEDIO U OTROS MEDIOS INFORMATIVOS EN COLOMBIA?**

*“Los procesos de fast cheking, esos procesos que buscan verificar la información, que las imágenes sean reales, que los videos correspondan a un hecho actual y también los procesos de verificación de la fuente para que sea equilibrada”.*

##### **MENCIONE DOS EJEMPLOS EN LOS QUE SU MEDIO HAYA APLICADO LA AUTORREGULACIÓN EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.**

*“Vimos que había una protesta en la Universidad de Antioquia, estaban con máscaras y disfraces y en un momento dado el periodista se da cuenta que no lo dejan entrar, que no puede grabar y que lo iban a sacar, y para proteger la integridad de todo el equipo se decidió que se retirara del lugar”.*

*“El otro ejemplo, fue sobre la protección de identidad de menores. Se trata de la muerte de una niña por un presunto mal procedimiento médico y hasta no verificar y obtener aprobación de los padres no se publicó”.*

##### **EN LA TOMA DE DECISIONES PERIODÍSTICAS, ¿QUÉ CRITERIOS DE AUTORREGULACIÓN APLICA SU MEDIO INFORMATIVO?**

*“La primera y la más importante verificar el hecho que haya efectivamente sucedido.”*

*“Contrastar la fuente”*

*“verificación de las imágenes y las fuentes”*

*“que las imágenes sean acordes apropiadas y que no vaya a trasgredir a la audiencia.”*

##### **¿CONSIDERA USTED QUE ES NECESARIO APLICAR Y FORTALECER MECANISMOS DE AUTO REGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Sí, porque en este momento hay una discusión en muchos medios que confunden la autorregulación con la autocensura. Realmente son cosas diferentes, entonces, si se deben aplicar y fortalecer mecanismos para hacer esta diferenciación”.*

**¿QUÉ ASPECTOS DEBERÍA CONTEMPLAR LA AUTOREGULACIÓN? MENCIONE AL MENOS TRES ASPECTOS.**

*“Debería contemplar primero el manejo de fuentes, la ley de la información, y al menos debería hablar de la censura, hasta qué punto sería regulación y hasta qué punto sería censura.”*

**¿QUÉ TAN VIABLE ES IMPLEMENTAR MECANISMOS DE AUTOREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“Lo veo muy viable porque es un medio de carácter público que tiene una función educativa y social. Ahí es precisamente donde se deben dar esas medidas y esas condiciones para que los medios de comunicación crezcan”.*

**¿QUÉ VENTAJAS CONSIDERA USTED QUE TIENE LA AUTOREGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“La ventaja principal es que la información va a ser más verás y verídica y la gente va a tener más confianza en el medio”*

**¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA USTED QUE SON DE REGULACIÓN EXCLUSIVA DEL ESTADO EN RELACIÓN CON LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Pienso que la regulación que le compete al Estado es la financiación y no tanto la información porque los medios también son un mecanismo de control para que los gobiernos puedan funcionar como deben”.*

**¿CUÁLES OBSTÁCULOS ENFRENTARÍA AL IMPLEMENTAR LA AUTOREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“Que al estar dentro de una entidad gubernamental se puedan confundir algunos aspectos con censura”*

**¿CUÁL ES EL PAPEL DE LA AUTOREGULACIÓN EN SU MEDIO RESPECTO A LAS REDES SOCIALES Y LA INTERACCIÓN CON LAS AUDIENCIAS?**

*“En las redes sociales la autorregulación que se da es con los mismos criterios que tienen las publicaciones para el noticiero. Se trata de verificar toda la información y aunque se pueda tener información previa porque las redes sociales permiten tener esa información antes de que salga publicada se hacen todos los pasos de verificación y no se saca nada en la red hasta no estar confirmada”*

### **5.1.2.13 CARMEN ALICIA SARMIENTO –TELEPACÍFICO**

#### **¿QUÉ PROCESOS DE AUTORREGULACIÓN CONOCE USTED EN SU MEDIO U OTROS MEDIOS INFORMATIVOS EN COLOMBIA?**

*“Guardar ciertas informaciones que tiendan a identificar a un niño, a veces en los medios no mostramos la cara, no ponemos la foto del niño, ni el nombre completo del papá y la mamá porque se pueden identificar a ese menor de edad y por lo tanto estaríamos revictimizándolo. Igualmente destaca aquellos medios que evitan contar los detalles para hablar de una captura o la recuperación de un elemento. “Siento que contar esas cosas no aporta a los televidentes, pero si mejora o fortalece los procesos de delictivos para hacerlos cada vez más perfectos”.*

#### **MENCIONE DOS EJEMPLOS EN LOS QUE SU MEDIO HAYA APLICADO LA AUTORREGULACIÓN EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.**

*“El día de la marcha algunos muchachos de la Universidad del Valle, fueron al sitio donde estaban concentrados los del Centro Democrático y se estaba generando allí una gresca y un conflicto que me pareció buscado por los estudiantes. Me pareció que no debíamos visibilizar ni la marcha que me pareció muy pobre y que, además, aunque es un legítimo derecho atenta contra una decisión de la justicia y tampoco me parecía que se debía visibilizar la actitud de los estudiantes, allí digamos ese fue mi criterio como directora de Telepacífico Noticias.*

#### **EN LA TOMA DE DECISIONES PERIODÍSTICAS, ¿QUÉ CRITERIOS DE AUTORREGULACIÓN APLICA SU MEDIO INFORMATIVO?**

*“Que tan positivo resulta para la opinión pública el manejo de la información”  
“O que contarlos de la manera que se está proponiendo contarlos no aporta a la construcción sociedad.”*

*“Siempre cito a Kapuscinski y digo que si el verdadero periodismo como él lo decía tiene intención de cambio pues tengo que empezar por qué publicó yo, que invite a*

*cambiar de manera positiva y no continuar fortaleciendo lo que hemos construido a lo largo de los años desde los medios de comunicación.”*

### **¿CONSIDERA USTED QUE ES NECESARIO APLICAR Y FORTALECER MECANISMOS DE AUTO REGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*Pienso que si es necesario fortalecer los mecanismos de autorregulación. La mayoría de los medios se guían por todo lo que están publicando otros, entonces, si es tendencia en twitter no puedo sustraerme de contarlo, si ya lo publicó el periódico de mayor circulación.*

*Incluso leo el periódico en la radio, se basa mucho en los periódicos, entonces, se amplifica lo que publicó ese otro medio, sin detenerse a pensar si realmente está bien o mal publicarlo o contarlo de la manera que se está haciendo.*

*Hoy estoy viendo el tema de cómo un medio tergiversó al señor Darío de Jesús Monsalve, el arzobispo de Cali, cuando él habló de codicia. Creo que es codicia la palabra que él utilizó y lo convirtieron en la Policía, como si él estuviera señalando a la Policía. Nadie ha rectificado y otros medios se pegaron de la información que dio el medio original. Entonces creo que, si hace falta autorregulación, pero eso tiene que ver con el criterio, conciencia humana del periodista que está tras la información, y, por lo tanto, tras la decisión: si se publica o no y cómo se publica.*

### **¿QUÉ ASPECTOS DEBERÍA CONTEMPLAR LA AUTOREGULACIÓN? MENCIONE AL MENOS TRES ASPECTOS.**

*“Para mí es uno solo que es el definir si la publicación va causar más daño que beneficio.”*

### **¿QUÉ TAN VIABLE ES IMPLEMENTAR MECANISMOS DE AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO**

*Cuando se dirige se tiene todo el poder de hacerlo. En el momento que no dirijo, siempre se puede comentar cómo tratar de persuadir a la dirección. Hablar de los temas y tratar de decidir que se haga o no se haga en equipo.*

*Cuando no se tiene ese poder, es un tema muy individual del periodista, entonces, tiene que ver con la ética de cada quien. Y como de pronto pelea.*

*Es decir, si a mí me piden publicar algo que mi conciencia me dice que no debo publicar, yo quizás peleo por no publicarlo, pero evitar que el medio lo publique*

*cuando hay otro director decide que otra persona lo publique. Seguramente se va a publicar, el tema ahí tiene que ver mucho con el poder que se tiene o la influencia en ese medio.*

### **¿QUÉ VENTAJAS CONSIDERA USTED QUE TIENE LA AUTORREGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Una conciencia tranquila”*

*“La responsabilidad de saber que lo que se está haciendo aporta a la construcción de ciudad y no la destrucción de la misma”*

*“En la medida en que los medios se autorregulen con responsabilidad quizás está evitando la posibilidad de que el Estado entre a querer regular”*

### **¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA USTED QUE SON DE REGULACIÓN EXCLUSIVA DEL ESTADO EN RELACIÓN CON LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Con responsabilidad quizás se está evitando la posibilidad de que el Estado entre a querer regular. No considero que haya ninguna circunstancia en la que el Estado deba regular un medio porque creo que la línea es muy delgada entre la regulación y la censura. Creo que el medio debe tener la capacidad de autorregularse cuando sea necesario para evitar la injerencia del Estado”.*

### **¿CUÁLES OBSTÁCULOS ENFRENTARÍA AL IMPLEMENTAR LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“En el caso de los canales públicos tienen una influencia política muy grande. Eso hace muy compleja la autorregulación porque yo puedo estar tomando una decisión, pero puede estar llegando otra. Ahí es cuando el periodista tiene que decidir si se queda o se va, con relación a eso. Entonces son las complicaciones siempre de la libertad y de la independencia periodística”.*

### **¿DEBE HABER CONCERTACIÓN CON OTROS MEDIOS PARA AUTORREGULARSE?**

*“Concertar una autorregulación con otros medios me parecería sano si todos tienen identidad de criterio acerca de qué causa daño y qué no. Pero como cada casa editorial atiende una agenda distinta, eso va a hacer muy difícil concertar y ponerse de acuerdo.*

*Uno diría que si todos los periodistas, directores y demás atienden una posición editorial humanista, en esencia con el espíritu del periodismo y con la razón de ser del periodismo, una concertación debería ser posible y positiva.*

*Lo considero difícil porque no es así. No todos los periodistas atienden al humanismo, sino que hay muchos intereses personales. Hay mucho afán de enriquecerse, de ser amigos del poder, entonces, no son los intereses de la sociedad los que importan sino los intereses particulares”.*

#### **¿CUÁL ES EL PAPEL DE LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO RESPECTO A LAS REDES SOCIALES Y LA INTERACCIÓN CON LAS AUDIENCIAS?**

*“Esta pregunta tiene que ver con la independencia del periodista y regular lo que publica en sus redes sociales sería tanto como censurarlo y se debe tener claro que una son las cuentas de los medios y otra la de los periodistas y aquí entra a jugar el criterio del periodista respecto de autorregularse.”*

#### **5.1.2.14 SERGIO URQUIJO - COMUNICACIONES UNIVERSIDAD DE ANTIOQUIA**

#### **¿QUÉ ENTIENDE USTED POR AUTORREGULACIÓN EN MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Autorregulación es la capacidad de un medio de generar sus propios códigos de ética, relación con la audiencia y protección de la libertad de expresión, los derechos humanos y otros pilares de la libertad democrática.”*

#### **¿QUÉ PROCESOS DE AUTORREGULACIÓN CONOCE USTED EN SU MEDIO U OTROS MEDIOS INFORMATIVOS EN COLOMBIA?**

*“Existe un código de autorregulación publicitaria suscrito por empresas del gremio, como una guía, pero no estoy enterado de su eficacia o si efectivamente si sigue. También hay un proyecto, o más bien una intención, de un código de autorregulación de medios de comunicación, pero hasta donde sé no ha pasado de ser un proyecto. Y están los códigos de ética en comunicaciones elaborados por instituciones como empresas o universidades”.*

*“Los procesos de defensor del televidente y del lector (algunos regidos por la ley y otros como una decisión propia de los medios), pues son instancias de reflexión ética interna de dichas organizaciones”.*

**MENCIONE DOS EJEMPLOS EN LOS QUE SU MEDIO HAYA APLICADO LA AUTORREGULACIÓN EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.**

*“La Universidad de Antioquia tiene para todas sus dependencias (no solo para sus medios de comunicación) un código de ética y un manual de estilo aprobado en 2016, que implica bastantes decisiones autorregulatorias. El manual de estilo convoca a una especial atención al impacto social de cada contenido publicado por la institución”*

**EN LA TOMA DE DECISIONES PERIODÍSTICAS, ¿QUÉ CRITERIOS DE AUTORREGULACIÓN APLICA SU MEDIO INFORMATIVO?**

*“Los medios de la Universidad de Antioquia siguen todo un lineamiento ético que rige para todas las instancias de la universidad, y que entre otras disposiciones implica un compromiso directo con el pluralismo, la construcción de paz y la diversidad. Si bien no se ha presentado como un proceso de autorregulación en medios, funciona como tal e incluso ha generado profundas reflexiones y el establecimiento de prácticas institucionales ejemplares.”*

**¿CONSIDERA USTED QUE ES NECESARIO APLICAR Y FORTALECER MECANISMOS DE AUTO REGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Sí, pero antes de hacerlo es importante que se establezca una definición clara y amplia de autorregulación, para evitar que se convierta en un código organizacional más”.*

**¿QUÉ ASPECTOS DEBERÍA CONTEMPLAR LA AUTOREGULACIÓN? MENCIONE AL MENOS TRES ASPECTOS.**

*“Dinámicas de reflexión y buenas prácticas contra todo tipo de discriminación o discurso de odio.”*

*“Canales de comunicación directa, horizontal y eficaz entre el medio y sus audiencias.”*

*“Procesos reales de autocrítica y autoevaluación.”*

*“Capacitación del personal de comunicaciones y afines en temas de libertad de expresión, sistemas de comunicación, ética, derechos humanos y demás tópicos regulatorios.”*

*“Implicaciones de los nuevos medios digitales en la regulación de medios.”*

## **¿QUÉ TAN VIABLE ES IMPLEMENTAR MECANISMOS DE AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*Desde de la Universidad como referente de libertad y pluralismo, es inminente el fortalecimiento de los procesos de autorregulación.*

## **¿QUÉ VENTAJAS CONSIDERA USTED QUE TIENE LA AUTORREGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“La autorregulación es la mejor forma de evitar que la regulación de medios sea una estructura vertical e impositiva y se convierta en un proceso reflexivo, plural y conciliador.”*

## **¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA USTED QUE SON DE REGULACIÓN EXCLUSIVA DEL ESTADO EN RELACIÓN CON LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Hay aspectos en los que se ha demostrado la ineficacia de la autorregulación y la necesidad de la intervención estatal: la regulación de la competencia y el mercado; y el fomento de contenidos plurales y equitativos”.*

## **¿CUÁLES OBSTÁCULOS ENFRENTARÍA AL IMPLEMENTAR LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“La Universidad es una institución naturalmente receptiva con los procesos éticos y democráticos, pero aun así hay una enorme interferencia de intereses políticos y administrativos en su labor periodística, que debe ser analizada y evaluada”.*

## **¿DEBE HABER CONCERTACIÓN CON OTROS MEDIOS PARA AUTORREGULARSE?**

*“Lo ideal es que las agremiaciones de medios se coordinen en sus códigos de autorregulación, pero dejando un margen de identidad y especificidad para cada medio”.*

## **¿CUÁL ES EL PAPEL DE LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO RESPECTO A LAS REDES SOCIALES Y LA INTERACCIÓN CON LAS AUDIENCIAS?**

*“No se ha establecido una diferenciación por plataformas en los procesos de comunicación de la Universidad, pero los comunicadores adscritos a la institución mantienen una atención y reflexión sobre las implicaciones y especificidades de la*

*comunicación digital y los nuevos medios, jalonada en cierta forma por algunos estudios de audiencias que se han realizado”.*

#### **5.1.2.15 JHON FRANCO BETANCOURTH - TELECAFÉ**

##### **¿QUÉ ENTIENDE USTED POR AUTORREGULACIÓN EN MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Es la capacidad de decisión tiene el periodista de decidir qué contenido es pertinente para publicar o difundir a través del medio de comunicación por el cual trabaja”*

*“De acuerdo a la necesidad informativa del área referencia en la que se encuentra”*

*“De acuerdo a la sensibilidad de la imagen” “por la naturaleza del medio de comunicación”*

##### **¿QUÉ PROCESOS DE AUTORREGULACIÓN CONOCE USTED QUE SE HAYAN DESARROLLADO EN TELECAFÉ O EN OTROS MEDIOS INFORMATIVOS EN COLOMBIA?**

*“Telecafé tiene especial cuidado en sus contenidos sobre todo cuando son muy sangrientos y que no aporta mucho al sentir de la televisión”. Hay noticias judiciales en las que no se les da tanto despliegue, y según Franco propenden por destacar los atributos paisajísticos, culturales, de arraigo de Caldas, Quindío y Risaralda. “Las noticias que tienen que ver con hechos de violencia digamos que hay una autorregulación un código de producción y programación para no darles más despliegue del realmente se merecen”.*

##### **¿USTED PODRÍA CITAR SITUACIONES O CASOS ESPECÍFICOS EN LAS QUE TELECAFÉ HAYA TENIDO A ESE EJERCICIO DE AUTORREGULACIÓN EN LOS ÚLTIMOS AÑOS?**

*“Sobre todo acontecimientos o casos donde está el vulnerado la identidad cultural como de los indígenas, como de las negritudes, las minorías étnicas propendemos por dar participación a toda esta diversidad de culturas que hay en la región”. Franco señala, que un hecho concreto son los de noticias que se da mucho cuando las imágenes son muy explícitas en el contenido violento, entonces constantemente el equipo de periodistas, la dirección y también la dirección de contenidos son*

exhaustivos y minucioso en revisar este tipo de contenidos para que no vayan al aire sin ningún filtro.

### **EN LA TOMA DE DECISIONES PERIODÍSTICAS, ¿QUÉ CRITERIOS DE AUTORREGULACIÓN APLICA SU MEDIO INFORMATIVO?**

*“Generalmente en el tema periodístico hay una agenda, de acuerdo a la importancia que tenga determinado hecho, a la importancia en este caso para la región de la cafetera no obstante el canal y la dirección de noticias también se preocupa por tener una agenda propia”.*

*“Entonces hay regulación sobre todo en el tema de las imágenes de niños, precisamente porque la ley colombiana es estricta en no mostrar niños en estado de indefensión o vulnerabilidad entonces son dos criterios que se juntan ahí y es un matrimonio entre lo que dice la ley colombiana y criterio del periodista o en este caso el director o editor de noticias.”*

### **¿CONSIDERA USTED QUE ES NECESARIO APLICAR Y FORTALECER MECANISMOS DE AUTO REGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Creo que sí. Hay un frenesí, la competencia es descomunal. Incluso entre los periodistas y los ciudadanos con el auge de las redes sociales. Estamos siendo muy apresurado a compartir contenido sin hacerle un filtro de comprobación y verificación de la información. En eso han caído muchos periodistas, compartiendo noticias a la ligera por redes sociales propias, institucionales o incluso por el medio de comunicación.*

*Creo que los gobiernos están aún en mora de analizar el tema de la regulación a través de las redes sociales. Estas se están prestando en algunas situaciones como un instrumento para insultos, injuria y calumnia a personas naturales, personas públicas, para empresas, para difamación.*

*Entonces, las redes sociales están pasando a ser un medio tradicional. En ese sentido, creo que merecen regulación. Uno de los aspectos es la regulación del código de ética y los manuales de producción y programación o de misión, lo cual también fue muy importante en los consejos de redacción. No sé si sea el debate a un medio tradicional. En ese sentido, creo que merece regulación”.*

### **¿QUÉ ASPECTOS DEBERÍA CONTEMPLAR LA AUTOREGULACIÓN? MENCIONE AL MENOS TRES ASPECTOS.**

*“Telecafé tiene un código de ética informativo y también tiene unos protocolos, unos manuales de programación y contenidos en esa medida creo que todos los directores del Sistema informativo han sido juiciosos en ponderar las directrices quedado la gerente no ser primeros, trabajar con voluntad, en ese sentido que Telecafé se ha cuidado mucho si bien nos interesa la primicia dar la noticia oportuna la primera sido trabajar para verificarlo antes de que ésta sea publicado o salga al aire, está permitido reducir el riesgo de difundir información falsa”*

### **¿QUÉ TAN VIABLE ES IMPLEMENTAR MECANISMOS DE AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“Telecafé tiene un código de ética informativo y también tiene unos protocolos, unos manuales de programación y contenidos. En esa medida, creo que todos los directores del sistema informativo han sido juiciosos en ponderar las directrices que ha dado la gerente: no ser primeros, trabajar con voluntad.*

*En ese sentido Telecafé se ha cuidado mucho. Si bien nos interesa la primicia, dar la noticia oportuna, lo primero ha sido trabajar para verificar antes de que ésta sea publicada o salga al aire. Esto ha permitido reducir el riesgo de difundir información falsa”.*

### **¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA USTED QUE SON DE REGULACIÓN EXCLUSIVA DEL ESTADO EN RELACIÓN CON LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Ya el Estado tiene una regulación en el tema de la asignación del espectro electromagnético o la radiodifusión que se puede dar a través de emisoras o los permisos que da a los periódicos.*

*Pienso que eso es bueno, la regulación se da por parte del Estado, no sólo a través de la agencia del espectro, de los permisos para los medios impresos. De la autorización también para las emisoras porque eso genero un manto de responsabilidad, primero que todo del medio por lo que está haciendo. Que también el Estado haga control, pero no un control sobre los contenidos, sino un control sobre las empresas constituidas.*

*En contenidos ya los temas tienen que ver con la vulneración de los derechos. De que estos contenidos no atenten contra la Ley, contra las normas, sobre todo, en los casos específicos como el tema de los niños o que inciten a la violencia. Una cosa es la libertad de expresión y otra cosa es cuando un medio se presta para incitar a la violencia o para acontecimientos que alteren a los públicos. A través de los medios de comunicación se ven y se han dado este tipo de situaciones”.*

## **¿CUÁLES OBSTÁCULOS ENFRENTARÍA AL IMPLEMENTAR LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“Este medio en particular, es muy juicioso con el tema de la autorregulación por la naturaleza misma de Telecafé: es una empresa industrial del Estado.*

*En esa medida, realizamos televisión con sentido público. Tenemos normas frente a las cuales no debemos decir que constituyen una censura por parte de ningún organismo del Estado. No hemos recibido una llamada o un mensaje amenazante sobre X o Y situación, porque, los recursos se verían afectados. De hecho, aquí hay libertad para que las personas opinen, incluso, han opinado en contra del gobierno. Los sindicatos en su marcha, pero, también entonces ha estado la contraparte.*

*En los medios que dependen mucho de la pauta comercial, no es el caso, nosotros tenemos subsidiada la producción y generación de los contenidos, pero, en los medios que dependen de la pauta comercial, este es uno de los principales obstáculos. Creería que hay un vicio raro entre los dos medios de comunicación. La pauta comercial se convierte, muchas veces, en un regulador más de los contenidos informativos”.*

## **¿DEBE HABER CONCERTACIÓN CON OTROS MEDIOS PARA AUTORREGULARSE?**

*“Cada medio de acuerdo a la naturaleza del mismo y a sus intereses, debe preocuparse por tener unos códigos de ética establecidos y que los conozcan precisamente todos sus colaboradores: equipo editorial; periodistas, programadores, productores. Así, estamos hablando de autorregulación.*

*Una autorregulación común tendría otro sentido, además, porque no creo que se llegue a una constante y será difícil llegar a un consenso. También posiblemente hubiera limitado en algún momento la diversidad de opiniones, el ejercicio periodístico, el contenido por la diversidad, por los matices o por la forma de enfocar el mismo tema de diferentes maneras. Entonces, creo que la autorregulación debe partir, más bien, de cada medio de comunicación o de cada grupo editorial”.*

## **¿CONSIDERA QUE LOS ESQUEMAS DE AUTORREGULACIÓN DEBEN TRASLADAR LOS MEDIOS A DARLE SOCIAL Y EL DIÁLOGO CON LAS AUDIENCIAS?**

*Estamos en mora, las redes sociales en ocasiones se han convertido en un fenómeno de salvaje desprestigio, nos sirven para mucho bien utilizadas, pero la autorregulación o regulación debe partir de las personas que utilizan las redes sociales, como la utilizan y el contenido que miran y comparten”.*

#### **5.1.2.16 FIDEL JUEZ PARDO – MEDIOS COMUNITARIOS Y ALTERNATIVOS**

##### **¿QUÉ ENTIENDE USTED POR AUTORREGULACIÓN EN MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Yo entiendo por la autorregulación, aquellas medidas que el mismo medio, asume frente a la producción de información que va a emitir a la ciudadanía, de parámetros que permitan el autocontrol, la autorregulación, para que le de garantías al consumidor del medio, de que la información que está allí es veraz, y que la información que está allí, los intereses con las que los emite el medio están claros para que la ciudadanía pueda hacer una lectura asertiva de esa información.”*

##### **¿QUÉ PROCESOS DE AUTORREGULACIÓN CONOCE USTED, EN SU MEDIO O EN OTROS MEDIOS?**

*“Bueno, en el medio nuestro los procesos de autorregulación están dados, por un lado, en la participación ciudadana, lo que indica es que, cada vez que nosotros estamos transmitiendo hay un chat abierto, y las voces disimiles hablan a través del chat”. De esta forma expresa Juez, se logra saber si la audiencia está de acuerdo con una información o no. “Hay una posibilidad de contraste directo con la ciudadanía. Ese es un mecanismo tecnológico y democrático en el cual la información está abierta, y entonces el ciudadano no solamente está viendo la información que nuestros canales están emitiendo, sino que al mismo tiempo está viendo lo que la ciudadanía misma esta opinando a ese respecto”.*

*“Por otro lado, los mecanismos de autorregulación, no los tenemos consagrados en una declaración de autorregulación, o de principios de autorregulación del canal, no está allí, no están consignados, pero hay unos muy puntuales, y es que consideramos que no debe haber en el canal, intereses de carácter económico. Entonces en el ámbito del carácter económico, nosotros siempre nos presentamos tal como el canal es, y cualquier noticia que llegare a tener información de carácter económica, la nomenclatamos de una vez como un publi-reportaje, para que se pueda diferenciar en el ámbito económico. Y en el ámbito ideológico, tenemos claro que el canal tiene una postura y lo dejamos claro frente a la ciudadanía, que es una*

*postura de gremio, o de la población puntual a la que pertenece. En el caso del Canal Salud, de los usuarios de la salud; en el caso del Canal Afro, de la comunidad afrodescendiente”.*

### **EN LA TOMA DE DECISIONES PERIODÍSTICAS, ¿QUÉ CRITERIOS DE AUTORREGULACIÓN APLICA SU MEDIO INFORMATIVO?**

*“Realmente, el criterio de información es que esa información le sirva a la organización social...*

*...el criterio que tenemos es, esta información construye o no construye en los procesos de democratización, de protección, de empoderamiento de las organizaciones sociales...*

*...Este medio tiene este interés de dialogo; este medio tiene esta postura económica; este medio, claramente al informar, nosotros representamos este sector de la población, nosotros lo expresamos directamente desde el mismo nombre del canal”*

### **¿CONSIDERA USTED QUE ES NECESARIO APLICAR Y FORTALECER MECANISMOS DE AUTORREGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Si. Porque que precisamente, nosotros nos expresamos como medios alternativos en el contenido de la información, producto de la falta de una regulación aplicada y de una autorregulación aplicada, desde la perspectiva de la filosofía de la comunicación.*

*Desde la filosofía de la comunicación comprendemos que, la comunicación y la información, fundamentalmente, es informar con puntualidad, con veracidad, con pertinencia.*

*Ante el entorno de una información viciada por intereses económicos, en un monopolio económico de la información, en manos de dos, tres grupos todos los medios de comunicación del país, y los regionales en manos de cuatro familias, entonces los alternativos, para equilibrar en el ecosistema de la información, tenemos que presentarnos también de una manera puntual con unos intereses puntuales.*

*La diferencia es que nosotros si los expresamos, si los decimos, nosotros tenemos unos intereses puntuales para equilibrar, darle alternativas a la ciudadanía para que pueda hacer una lectura real de la realidad, una lectura completa de la realidad y de la situación.*

*La diferencia es que ellos no lo dicen, se camuflan en una veracidad informativa, pero tienen unos intereses económicos y políticos, nosotros también tenemos esos intereses económicos y políticos a favor de las poblaciones minoritarias, pero lo decimos. Entonces, eso hace una autorregulación en la que el ciudadano pueda leer desde que ángulo está llegando la información”.*

**¿QUÉ ASPECTOS DEBERÍA CONTEMPLAR LA AUTOREGULACIÓN?  
MENCIONE AL MENOS TRES ASPECTOS.**

*“En primera instancia, la democratización de la tenencia de los medios. Es fundamental que esa regulación esté en manos del Estado, ¿En qué sentido? En el sentido de que no permita ni monopolios ni oligopolios, porque ahí es donde se fragmentan los intereses de la información que emiten los medios, en la convivencia entre empresarios con intereses y gremios económicos con el medio y con esos intereses, beneficiando una información con una tendencia.*

*Creemos que todo parte del interés económico, entonces, es muy importante que el Estado, poseedor del espectro electromagnético, poseedor de los espacios por donde circula la información, regule la tenencia de los medios, fundamentalmente evitando los monopolios y los oligopolios.*

*En segunda instancia, es muy importante que el Estado regule derechos fundamentales en la información, como los derechos fundamentales de las minorías, de los niños, de las poblaciones más frágiles. Como un derecho no solamente de la información sino como derechos constitucionales. Es fundamental que el Estado regule siempre con miras a que haya una democracia, siempre con miras a la posibilidad de la democracia.*

*Otro elemento que es fundamental que el Estado regule, en esa misma vía, es en la inversión que el Estado mismo hace en medios de comunicación. Que esa inversión que el Estado haga sea lo que hemos denominado nosotros en el gremio: la ley de tercios. Que un tercio de la inversión vaya al sector privado. Que otro tercio de la inversión vaya a los medios estatales, gubernamentales, a los medios oficiales. Y que otro tercio vaya a los medios alternativos y comunitarios para que haya un equilibrio en el ecosistema informativo, y se garantice desde ahí, la posibilidad de una democracia informativa para el ciudadano”.*

**¿QUÉ TAN VIABLE ES IMPLEMENTAR MECANISMOS DE  
AUTOREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“En nuestro medio es más viable que en otros sectores, porque esos mecanismos de autorregulación están dados por colectivos, por la ciudadanía, por intereses más comunes, donde el objetivo del medio no es producir, no es una empresa que produce bienes económicos, sino, sobre todo, es un colectivo de formación, que lo que produce es información para la organización social como tal.*

*Entonces, esos mecanismos de autorregulación aquí son un poco más sencillos, porque lo que más dificulta la autorregulación, son los intereses económicos, y detrás de los intereses económicos, por supuesto, los intereses políticos, pero en primera instancia, es el interés económico el que dificulta la autorregulación”.*

### **¿QUÉ VENTAJAS CONSIDERA USTED QUE TIENE LA AUTORREGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Nosotros lo comprendemos es desde la perspectiva de la libertad de prensa, la autorregulación y la democracia informativa, es como en esos tres escenarios. Entonces cuando uno habla de la autorregulación, está hablando de que hay que hablar de dos cosas: Uno, de la moral, y otro, de la ética...*

*y nosotros consideramos que debe primar la ética sobre la moral; así que es por eso que se justifica la autorregulación, porque la autorregulación es para esos momentos donde aun pudiéndose aplicar o no la ley, la conciencia grupal e individual del medio, estima tomar unas decisiones, por lo general, de la mano de la ley, pero inclusive otras que podrían estar inclusive por fuera de la ley misma.”*

### **¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA USTED QUE SON DE REGULACIÓN EXCLUSIVA DEL ESTADO EN RELACIÓN CON LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“En primera instancia, la democratización de la tenencia de los medios. Es fundamental que esa regulación esté en manos del Estado, ¿En qué sentido? En el sentido de que no permita ni monopolios ni oligopolios, porque ahí es donde se fragmentan los intereses de la información que emiten los medios, en la convivencia entre empresarios con intereses y gremios económicos con el medio y con esos intereses, beneficiando una información con una tendencia.*

*Creemos que todo parte del interés económico, entonces, es muy importante que el Estado, poseedor del espectro electromagnético, poseedor de los espacios por donde circula la información, regule la tenencia de los medios, fundamentalmente evitando los monopolios y los oligopolios.*

*En segunda instancia, es muy importante que el Estado regule derechos fundamentales en la información, como los derechos fundamentales de las*

*minorías, de los niños, de las poblaciones más frágiles. Como un derecho no solamente de la información sino como derechos constitucionales. Es fundamental que el Estado regule siempre con miras a que haya una democracia, siempre con miras a la posibilidad de la democracia.*

*Otro elemento que es fundamental que el Estado regule, en esa misma vía, es en la inversión que el Estado mismo hace en medios de comunicación. Que esa inversión que el Estado haga sea lo que hemos denominado nosotros en el gremio: la ley de tercios. Que un tercio de la inversión vaya al sector privado. Que otro tercio de la inversión vaya a los medios estatales, gubernamentales, a los medios oficiales.*

*Y que otro tercio vaya a los medios alternativos y comunitarios para que haya un equilibrio en el ecosistema informativo, y se garantice desde ahí, la posibilidad de una democracia informativa para el ciudadano”.*

### **¿CUÁLES OBSTÁCULOS ENFRENTARÍA AL IMPLEMENTAR LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“Por parte nuestra, creo que el obstáculo, en términos generales, se presenta en todos los medios comunitarios alternativos, inclusive comerciales, es la postura ideológica. La postura económica para los sectores privados, y la postura ideológica para los sectores sociales y populares.*

*La postura ideológica lo que plantea es que el medio de comunicación es la expresión de un sector de la ciudadanía muy puntual. Allí, entonces, la autorregulación puede ser entendida por los compañeros como una mordaza para la libertad de información.*

*La principal dificultad es poder hacerle entender a todos los productores de información, que si no hay unas reglas comunes para reglamentar el juego, que si esas reglas comunes no son universales, pues, entonces, no se puede exigir al otro sobre la “no ética”, cuando uno tampoco la está planteando.*

*Entonces, poder entender eso, en el marco de una deslealtad que ha habido históricamente, poder hacerle entender a los compañeros de los comunitarios y alternativos, que tenemos que someternos todos ante el imperio universal de la norma”.*

### **¿DEBE HABER CONCERTACIÓN CON OTROS MEDIOS PARA AUTORREGULARSE?**

*“Si. Por ejemplo, lo de los famosos defensores del televidente, en los medios estatales y en los medios privados.*

*Uno mira como los defensores del televidente de cada uno de los medios lo hace de una u otra forma, y, como inclusive, los comunitarios y alternativos, no tenemos esos defensores del televidente, que serían una forma de autorregulación también, de abrir espacios de esa defensoría del televidente, o de esa defensoría de los consumidores de medios.*

*Nosotros, realmente consideramos que, la verdadera forma de concertar entre los distintos medios, y de poder llegar a una regulación de la producción de información, está en manos del consumidor. Son las famosas ligas de televidente, ligas de consumidores, que no han tenido la posibilidad de llegar a feliz término, por falta de formación. Los mismos medios de comunicación deben incentivar y formar al consumidor para que logre organizarse y exigir la calidad del producto que se le está dando”.*

#### **5.1.2.17 EDUARDO ARIAS– DEFENSOR DEL TELEVIDENTE DE SEÑAL COLOMBIA**

##### **¿QUÉ ENTIENDE USTED POR AUTORREGULACIÓN EN MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Las decisiones, determinaciones que toma, ya sea un periodista, un editor o un director de un medio, acerca de si es pertinente o no, divulgar determinada información, y en el caso, si es pertinente, hacerla de una o de otra manera”*

*“Muchas veces la autorregulación es el resultado de un reto, o de un dilema, o de una situación donde hay que sopesar dos variables opuestas, o que se contraponen, o que obligan a eso, porque una cosa muy distinta es la autocensura, es decir, la autorregulación no tiene nada que ver con la autocensura”*

*“Pienso que la autorregulación va con la ética, con una cantidad de valores, que muchas veces, en mi opinión, deberían estar por encima del periodismo, la libertad de prensa”*

##### **¿QUÉ PROCESOS DE AUTORREGULACIÓN CONOCE USTED EN SU MEDIO, O EN OTROS MEDIOS INFORMATIVOS EN COLOMBIA?**

*“Pues yo he trabajado en muchos medios, y creo que la autorregulación que me ha tocado a mí, pues, no hablo de autocensura, y esas cosas que también me ha tocado, son los debates en las salas de redacción, en los consejos editoriales, los debates para saber, ¿Publicamos? ¿No publicamos? Si, a mí me tocó en la revista Cambio 16, el proceso 8.000, entonces había dilema de si es conveniente o no es conveniente, presión por aquí, presión por allá, es como, una manera más de ejercer censura, pero que a veces, yo pienso que, como lo veo yo, la autorregulación sucede en los debates que puede tener, o el periodista consigo mismo, o el grupo de periodistas o de editores, director de medios, etcétera, que deciden si se emite o no una información, y en caso de que se emita, como se va a emitir. Ese para mí sería como el control que yo conozco”.*

### **MENCIONE DOS EJEMPLOS EN LOS QUE SU MEDIO HAYA APLICADO LA AUTORREGULACIÓN EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.**

*“Digamos una autorregulación mía, es no decir groserías, o no burlarme de los defectos físicos cuando hago humor, de pronto, ahí podría haber autorregulación, no como Defensor del televidente sino con mis trabajos como humorista político con Karl Troller; de pronto a veces hemos tenido, hemos dejado de sacar cosas porque hemos sopesado, es decir, por ejemplo, cuando uno hace humor en el cual se puede afectar los valores femeninos, por decir algo, entonces para no caer en el machismo; alguna vez sí, teníamos como un ejemplo ahí mamando gallo con unas funcionarias, vea ya apareció un ejemplo, eso fue con Semana y teníamos una idea con la canción Cuatro Babys de Maluma, y hacer un parangón con personajes del Gobierno, y lo que yo si le dije a Karl Troller, mi compañero, con el que he trabajado esos temas de humor, que le preguntáramos a una periodista de Semana, que era feminista, haber ella como veía el tema, entonces ella nos dio sus argumentos, y llegamos a la conclusión que era más el daño que se hacía, que lo chistoso que podría llegar a ser la nota”.*

### **EN LA TOMA DE DECISIONES PERIODÍSTICAS, ¿QUÉ CRITERIOS DE AUTORREGULACIÓN APLICA SU MEDIO INFORMATIVO?**

*“No sabría responder, porque Señal Colombia no es un medio informativo, Señal Colombia no tiene noticiero, no tiene programas de opinión, sí, opinan las personas, hay información a través del formato documental, que a veces puede provocar controversias, ciertos documentales que ha sacado el canal, pero a mí nunca me han tocado “*

### **¿CONSIDERA USTED QUE ES NECESARIO APLICAR Y FORTALECER MECANISMOS DE AUTO REGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Pienso que en Colombia el problema es mucho más de fondo. Obviamente se necesita que haya autorregulación, es decir, que los periodistas sopesen la información, pero también se necesita preguntar: ¿Qué clase de periodismo se está haciendo en Colombia?”*

*No voy a generalizar, ni mucho menos, porque se hace muy buen periodismo, pero muchas veces, periodistas muy destacados, uno sabe que están al servicio de causas particulares o de grupos políticos en particular, entonces, ejercen la libertad de prensa cuando les conviene, pero también ejercen el tapen-tapen cuando les conviene.*

*Pienso que, en el caso de Colombia, habría que mirar no solo la autorregulación, la autocensura, la censura, sino también el nivel profesional, la integridad como seres humanos de muchos de los periodistas, que desafortunadamente tenemos demasiados ejemplos muy visibles de opinión disfrazada de información, de propaganda engañosa disfrazada de información, de periodistas al servicio de causas políticas.*

*Eso no es solamente ahora, eso es casi que históricamente en Colombia. El periodismo ha estado muy ligado a las clases políticas, a las casas políticas, ahora como ya no hay partidos políticos, ya no se marca tanto así, pero todos los que nos alcanzó a tocar el Frente Nacional, el partido Liberal y Conservador, todos sabemos que los periodistas estaban al servicio de esos partidos. Los medios eran más de propaganda y de información oficial del partido que de información nata, aunque tenían obviamente información periodística y reportajes muy buenos, pero hay una línea editorial muy marcada que había que seguir para trabajar en esos medios.*

*Eso no es un tema reciente. No es culpa de las redes sociales, culpa de Facebook y de Twitter, sino es un tema que viene de tiempo atrás. Solo que Twitter y Facebook, como son tan inmediatos, y llegan a tanta gente, gente que antes no estaba interesada en la información, ahora está pegada al celular.*

*Gente que antes no leía los periódicos, no veía noticieros, ahora está todo el tiempo viendo noticias, falsas noticias, verdades a medias en sus celulares, entonces, eso ha hecho que esa desinformación que ha sido común y corriente a lo largo de la historia del periodismo en Colombia, y en el mundo entero, no solo Colombia, tenga ahora un impacto mucho más inmediato y fuerte, a causa de las redes sociales.*

*Las redes sociales lo que han hecho es llevar al mundo de la información a una cantidad de personas que antes no estaban en el mundo de la información, porque*

*no tenían un teléfono celular inteligente donde les llegaran WhatsApps o Tweets o mensajes de Facebook”.*

**¿QUÉ ASPECTOS DEBERÍA CONTEMPLAR LA AUTOREGULACIÓN?  
MENCIONE AL MENOS TRES ASPECTOS.**

*“Responsabilidad, veracidad y diversidad de fuentes, contrastar la información, cuando la información lo amerite, porque hay informaciones que no tanto, pero eso sí, informaciones que llaman a la autorregulación, son necesariamente aquellas donde la diversidad de fuentes, me parece a mí, es indispensable.”*

**¿QUÉ TAN VIABLE ES IMPLEMENTAR MECANISMOS DE  
AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“Pienso que en el caso concreto de Señal Colombia es muy sencillo. Creo que se han tomado, por lo menos desde que yo estoy en el canal, hace ya más de diez años, pues yo trabajo como observador externo porque yo no formó parte de ningún tipo de programación, yo soy es defensor del televidente, estoy con dos patas afuera y una adentro del canal, yo pienso que esa autorregulación siempre ha existido.*

*Me parece a mí, el tipo de contenidos de Señal Colombia, siempre ha sido muy respetuoso, muestran la diversidad de voces del país, muestran el país visto desde las regiones, no solamente desde las grandes capitales, las dos o tres grandes ciudades del país donde suele concentrarse la información, y la producción audiovisual y todo eso.*

*Pienso que, si hay, no sé si la palabra, es decir, no es que estén pensando: ¡Oh! nos estamos autorregulando, No, sino yo creo que eso forma parte de eso que llaman ahora el ADN; el ADN de señal Colombia.*

*Es un contenido apropiado para niños, es un contenido apropiado para jóvenes, es un contenido apropiado solo para adultos, entonces, va después de las 10:30 p.m.*

*Creo que, en ese sentido, Señal Colombia ha sido históricamente muy responsable. En estos diez años, el único programa que ha producido un poco de problemas se llamaba Zootecnia. Era un programa para adolescentes que estaba en una franja que podía considerarse infantil, entonces, niños muy chiquitos oían hablar temas de los jóvenes, que la masturbación, que el homosexualismo, pues que son temas muy importantes para los adolescentes y los jóvenes.*

*Creo que esa fue la única vez que yo vi que hubo como una pugna, y el programa se cambió de horario a petición. Se observó que el programa, de pronto si se estaba cometiendo un error pasándolo en una franja a la que tenían acceso niños tan pequeños, pero que yo sepa, es el único caso, y creo que es un buen ejemplo de autorregulación, porque el canal al ver que el programa estaba provocando problemas, pues, sencillamente le movió el horario”.*

### **¿QUÉ VENTAJAS CONSIDERA USTED QUE TIENE LA AUTORREGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Yo creo que es una ventaja para la sociedad, para los medios no. Los medios pierden rating, los medios pierden publicidad, pierden clics, pierden impacto, cuando hay autorregulación, muchas veces las noticias se vuelven aburridas, ladrillo, etcétera, etcétera, etcétera. El análisis vende menos que el escándalo, el análisis vende menos que la emoción, la razón vende mucho menos que la emoción...”*

*“El rating lo que necesita son irresponsables llamando la atención, y moviendo el morbo del público que desafortunadamente, las emociones suelen resultar mucho más llamativas, es decir, un discurso basado en la emoción es mucho más llamador que un discurso, o un planteamiento mejor, un planteamiento basado en la emoción es mucho más directo, mucho más efectivo que uno basado en la razón, eso lo hemos visto pues en la elección de Donald Trump, es decir, ejemplo hay muchos al respecto...”*

### **¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA USTED QUE SON DE REGULACIÓN EXCLUSIVA DEL ESTADO EN RELACIÓN CON LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“En mi opinión personal, obviamente, seguridad nacional, es un tema bastante aburridor, aburridor en el sentido de que, es la seguridad nacional: ¿hasta qué punto la seguridad nacional justifica? La seguridad nacional es un tema.*

*El Gobierno debe regular, esta noticia, por decir algo, esta noticia provoca un pánico financiero que acaba con el país, pues, no sé, uno dice: miércoles, que es más importante, el derecho de información o la estabilidad económica del país.*

*Pienso que, si la constitución colombiana dice que Colombia es un país pluriétnico, biodiverso, laico, es decir, una serie de normas que se aceptan como la carta de navegación del siglo XXI, como la llamaban cuando salió la constitución en el año 1991, pues, pienso que lo que está estipulado la Constitución, de alguna manera, debería, en caso necesario. Es decir, el racismo hay que regularlo, pero si Colombia es un país pluriétnico y biodiverso; la libertad de culto hay que defenderla, entonces algún ataque a alguna religión va contra la Constitución.*

*La Constitución da algunas normas sobre donde el Estado debería imponer la autorregulación o invitar a los medios a que haya autorregulación. Pienso que eso sería básicamente su responsabilidad.*

*Pienso que la Constitución nos da un marco, no sé si esa palabra es jurídica. El marco constitucional es cómo el manual de instrucciones de ser colombiano. La Constitución, el acuerdo nacional, el acuerdo de Colombia como nación. Ahí hay unos preceptos que yo pienso que el Estado tiene cierta o bastante injerencia en la autorregulación, cuando se violan esas normas que están establecidas en la Constitución y en la Ley”.*

### **¿CUÁLES OBSTÁCULOS ENFRENTARÍA AL IMPLEMENTAR LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“En el caso concreto de Señal Colombia: no. No veo ningún obstáculo, por la naturaleza del canal. Pienso que como ahí no hay noticiero, el canal tiene como una línea política, pues que es mostrar la diversidad del país, lo distintos que somos, mirarnos ante el mundo, ser la ventana del mundo para que los colombianos nos comparemos con el mundo.*

*Los programas infantiles son muy importantes. De pronto la autorregulación podría estar en la franja de cine, si hay una película considerada muy obscena o que atenta contra valores morales que pueden afectar a un grupo o una población. Por lo que he percibido, esa curaduría se hace.*

*Señal Colombia ha tenido programas de cualquiera cosa, de sexo, de transgénero. Por ejemplo, un programa que era Putas o Peluqueras, que –supuestamente- esas eran las dos únicas posibilidades de trabajo para las personas que no eran ni hombres ni mujeres, sino que tenían un género distinto a los dos géneros tradicionales.*

*Ese programa salió al aire, no hubo ningún obstáculo para que ese programa apareciera. Yo pienso que, en el canal, como lo veo, esa autorregulación si existe, pero es armónica con la naturaleza del canal, es decir, es una autorregulación que obedece al cumplimiento del objetivo, como dicen ahora, misional del canal.*

*Así lo veo desde afuera, Señal Colombia, particularmente, si hace esa autorregulación, pero esa autorregulación no va en contra de la calidad de la programación o se traduce en censura directa a temas vedados, es más, como que*

*se escoge contar esas historias que puedan ser polémicas o que puedan molestar de pronto, de una manera responsable y respetuosa”.*

## **¿DEBE HABER CONCERTACIÓN CON OTROS MEDIOS PARA AUTORREGULARSE?**

*“Ha habido concertación muchas veces. Se supone, cuando hay problemas, Colombia con todos esos problemas que ha tenido de información, sobre la guerra, me acuerdo, entonces en algún momento: los medios no transmitirán escenas de guerra.*

*Algo que existe, no sé si es en el mundo entero o es solo en Colombia, nunca los niños aparecen en un noticiero; si una persona sale en cámara, tiene que firmar autorizando, por ejemplo. Pienso que sí hay una serie de autorregulaciones que son cotidianas, que las aceptamos, es decir, la gente ahora se enfurece si alguien pone en Twitter una foto de alguien herido en la calle: miren acaba de pasar esto, le dispararon.*

*Es decir, ya existe una autorregulación que es no es solamente del Gobierno o de los centros encargados de regular los medios de comunicación, sino que ya la sociedad misma los acepta, o una gran parte de la sociedad las acepta, eso es así. No se muestran niños en un noticiero, por decir algo, a menos que estén jugando o alguna cosa así, no se muestran víctimas, se respeta el dolor de los familiares y no se presentan escenas en donde aparecen personas muertas o heridas.*

*Ese tipo de regulación si existe en el país, y ya las otras autorregulaciones, de seguridad nacional y eso, puede ser también para, a nombre de la seguridad nacional, entonces no se puede criticar al ejército, no se puede criticar al ESMAD, no se puede criticar a la policía. Esa autorregulación ya está más o menos implícita en muchos de los temas.*

*La otra concertación de autorregulación es, bueno, vamos a sacar las noticias, vamos a decirle al público: esto es una opinión, esto es una noticia, esto es un análisis, esto es un chiste, esto es en serio.*

*A veces como que se disfrazan cosas, propaganda, por ejemplo, el caso de la Alcaldía de Bogotá, que compra una cantidad de publicidad, y la presenta en los medios como si fueran artículos periodísticos, y por allá una noticia chiquitica que dice: con el apoyo de la Alcaldía de Bogotá.*

*Hacen ligeros cambio de la diagramación de la página, o sea, que si uno pasa rápidamente las páginas, esa propaganda pagada se vende como noticia. Ese tipo de regulación que tiene que ver mucho con la ética, con el respeto mismo a la profesión del periodismo, debería hacerse, pero desafortunadamente no siempre es el caso, cada vez menos en el periodismo colombiano”.*

### **¿CUÁL ES EL PAPEL DE LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO RESPECTO A LAS REDES SOCIALES Y LA INTERACCIÓN CON LAS AUDIENCIAS?**

*“En Twitter me la paso autorregulándome todo el tiempo, ahí también he ejercido mucho la autorregulación, y la autocensura, digámoslo claramente, yo pa’ que voy a pelear, mejor no saco este trino, yo pa’ que me pongo a pelear con determinado personaje, no vale la pena; yo no sé si sea autorregulación o autocensura, o una combinación de ambas”.*

#### **5.1.2.18 SILSA ARIAS MARTÍNEZ – ORGANIZACIÓN NACIONAL INDÍGENA DE COLOMBIA – ONIC- CONCIP.**

### **¿QUÉ ENTIENDE USTED POR AUTORREGULACIÓN EN MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Es el mecanismo de un medio informativo para saber definir que compartir al público y que no, dependiendo de la coyuntura, pero también dependiendo de la audiencia y del momento histórico en que se dé el suceso, y sobre todo la repercusión que eso vaya a tener.”*

### **MENCIONE DOS EJEMPLOS EN LOS QUE SU MEDIO HAYA APLICADO LA AUTORREGULACIÓN EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.**

*“Como ONIC por ejemplo en Colombia, que es la Organización Nacional Indígena de Colombia, que es fuente, pero también es medio. Tenemos un manual natural; en primera instancia, tenemos que corroborar que la información de las regiones de las 50 organizaciones que hacen parte de la ONIC, sea manejada por una de ellas donde se dé, que obviamente lo emitan o lo compartan las autoridades o el mecanismo oficial de comunicación que se tiene con ello, y se hace una valoración del contexto donde sucede”.*

### **EN LA TOMA DE DECISIONES PERIODÍSTICAS, ¿QUÉ CRITERIOS DE AUTORREGULACIÓN APLICA SU MEDIO INFORMATIVO?**

*“Que lo genere nuestras organizaciones con los mecanismos de seguridad y de presentación o representación, que tenga su logo, que venga dirigido del correo oficial, o si no, que por redes nos lo mande, nos lo comparta directamente, o el comunicador, o una de las directivas en el caso de Derechos Humanos, eso es creíble.*

*Dos, con todo y eso nosotros llamamos y verificamos, también para darle el alcance. tercero es ¿Quién va asumir la vocería? para salvaguardar la integridad de esa comunidad, y así hacemos una autorregulación integral. “*

### **¿CONSIDERA USTED QUE ES NECESARIO APLICAR Y FORTALECER MECANISMOS DE AUTO REGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“En el caso de la ONIC que es un medio alternativo, de una u otra forma, de una organización político-social que lleva casi 40 años de lucha, y de una región, indudablemente creo que sí. hay que hacer una autorregulación, en la medida en que, los contextos en que está viviendo Colombia, no podemos exponer la integridad de las personas, de los líderes, y por eso toca asumir desde la Nacional la vocería en gran medida.*

*Entonces, sí no hay condiciones para asumir, sobre todo el tema de región; muchas veces algunos colegas a nivel de medios nacionales, comerciales, dicen: Bueno, facilítanos, así sea en Twitter, lo podemos manejar por Twitter.*

*Pero bueno, ¿quién habla? Y muchas veces preferimos que el impacto no sea tanto, o la ampliación, porque no hay condiciones para ampliar una información, aunque tengamos la información, aunque sepamos lo que está pasando, pero no, a veces no hay condiciones. Hasta que las autoridades en las regiones nos autoricen, si se pude manejar, de qué manera manejar.*

*Entonces, si es necesario porque la situación todavía sigue siendo muy crítica, a pesar de que estamos en tiempos de paz”.*

### **¿QUÉ ASPECTOS DEBERÍA CONTEMPLAR LA AUTOREGULACIÓN? MENCIONE AL MENOS TRES ASPECTOS.**

*“Respeto por la autodeterminación de los pueblos, en su gobierno propio, en asumir su gobierno propio.”*

*“Que haya traductores en aquellos pueblos indígenas que no tengan el uso del castellano”*

*“Que lleguen al terreno a verificar la información, o a ampliar la información, y no quedarse solamente con la información tan sesgada que dan a nivel nacional.”*

## **¿QUÉ TAN VIABLE ES IMPLEMENTAR MECANISMOS DE AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“Uno de los mecanismos en el mundo indígena tiene que ver con la autodeterminación, el respeto por la autodeterminación de los pueblos, en su gobierno propio, en asumir su gobierno propio.*

*Cada pueblo indígena, de los 106 pueblos originarios de este país, tiene su cultura, tiene su forma de gobierno, tiene su manejo de la jurisdicción especial indígena, por ejemplo. Entonces deberíamos comenzar a trabajar también la autorregulación a partir de la autodeterminación de los pueblos, en la medida en que cada uno, si hay un caso interno, puede haber una noticia que sea interna, como un homicidio, o externa que agreda a la comunidad, como el caso de las masacres.*

*El manejo tiene que darse, no por la inmediatez, ni por la chiva, sino el manejo tiene que dársele y respetarse de acuerdo a su cultura, a la organización de cada uno de los pueblos. A veces, el manejo que se le da en los medios comerciales no es correcto, entonces, hay que hacer que rectifiquen, pues, lo que se hace es empeorar o hacer un daño colateral muy fuerte a esa comunidad.*

*Pretenden que pueblos indígenas, por ejemplo, que casi no hablan el idioma español, entonces que hablen con fluidez, o usan términos muy castizos y le dan otra connotación.*

*Entonces creo que ese es otro criterio de que haya traductores en aquellos pueblos indígenas que no tengan el uso del castellano, va de la mano con la autodeterminación. Y se debería tener, que lleguen al terreno a verificar la información, o a ampliar la información, y no quedarse solamente con la información tan sesgada que dan a nivel nacional”.*

## **¿QUÉ VENTAJAS CONSIDERA USTED QUE TIENE LA AUTORREGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Como el de la ONIC y sus regionales, la ventaja es que la información es directa desde las comunidades y por sus autoridades. De tal manera que ellos en su autodeterminación asumen la autorregulación.”*

## **¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA USTED QUE SON DE REGULACIÓN EXCLUSIVA DEL ESTADO EN RELACIÓN CON LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Los aspectos que son de regulación exclusiva del Estado, en materia de medios informativos, son los que atenten contra la soberanía del pueblo colombiano”.*

## **¿CUÁLES OBSTÁCULOS ENFRENTARÍA AL IMPLEMENTAR LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“Pues el obstáculo mayor, es no tener los mecanismos y los medios, precisamente, para poder cubrir el fortalecimiento de los medios locales y de las organizaciones regionales y locales.*

*Todavía en Colombia no hemos logrado, a pesar de que tenemos una política pública de comunicación, lograr que se llegue, sobre todo, a esas regiones más apartadas de Colombia, que no gozan ni de internet.*

*Hay unas que no quieren internet, ni señal de celulares, entonces, tener esa posibilidad de apoyar el fortalecimiento de la apropiación de la comunicación externa, para poder visibilizar. Eso es un obstáculo, porque también nosotros, incluso, a veces, caemos en la generalidad, cuando no conocemos detalles culturales o de contexto de como sucedió la situación.*

*Más cuando de esas regiones apartadas, llega la información 2 o 3 o 4 o 5 días después que pasó un hecho. Entonces, sí hay unos obstáculos a la hora de la toma de decisiones cuando, para contar, dicen: Sabemos por terceros, o a destiempo, o no podemos ampliar mayor información porque no contamos con los medios para ello”.*

## **¿DEBE HABER CONCERTACIÓN CON OTROS MEDIOS PARA AUTORREGULARSE?**

*“Al interior de los pueblos, tenemos un mínimo de concertación con las organizaciones regionales de donde sale la información en su mayoría; lo que sale de la ONIC central indudablemente, le aplicamos criterios, cuál es el nivel de alcance y eso, pero con las regionales sí, tenemos un nivel de criterio, por todo lo que hemos expuesto anteriormente, sobre todo, en materia de salvaguarda del buen nombre, pero sobre todo de la integridad física y cultural del pueblo.*

*Entonces si hay una manera, pero con otros medios masivos, por ejemplo, no es fácil, porque creería que, no se debería hacer, porque ahí está precisamente uno de los baluartes de la libertad de prensa”.*

## **¿CUÁL ES EL PAPEL DE LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO RESPECTO A LAS REDES SOCIALES Y LA INTERACCIÓN CON LAS AUDIENCIAS?**

*“En primera medida, constatar, no reenviar solamente, porque tenemos la gran posibilidad de, y esa es una ventaja que tiene la ONIC, con sus regionales. Constatar es una forma de autorregulación, incluso desmentir o pedir medida en la información, en el manejo que están dando en las redes, cuando sabemos que va en contra de la integridad física y cultural del pueblo. Entonces es muy importante eso en la autorregulación, respecto a las redes sociales y la interacción con otros mecanismos”.*

### **5.1.2.19 ABELARDO GÓMEZ MOLINA - DIRECTOR DEL WEB LA COLA DE RATA**

## **¿QUÉ ENTIENDE USTED POR AUTORREGULACIÓN EN MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Yo entiendo la autorregulación como una manera de que los medios tomen decisiones autónomas que les permitan hacer un mejor ejercicio periodístico, más responsable y a la larga de mayor impacto en la comunidad.”*

## **¿QUÉ PROCESOS DE AUTORREGULACIÓN CONOCE USTED EN SU MEDIO U OTROS MEDIOS INFORMATIVOS EN COLOMBIA?**

*“En el medio tenemos como autorregulación unos criterios de publicación que conocen todos nuestros colaboradores, En nuestro sitio tenemos un amplio número de colaboradores, alrededor de 40 colaboradores externos y ellos todos conocen las reglas básicas de comunicación y le pedimos a ellos mismo que la respeten”*

## **MENCIONE DOS EJEMPLOS EN LOS QUE SU MEDIO HAYA APLICADO LA AUTORREGULACIÓN EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.**

*“Uno de nuestros colaboradores nos mandó un artículo en el que le pedimos que reflexionará; era sobre el suicidio. A través de un correo le explicamos de manera detallada y el colaborador lo asimilo muy bien, entendió que publicar una nota en su tono sobre el suicidio no era conveniente porque se estaba registrando varios hechos en Pereira de manera consecutiva”.*

*Abelardo Gómez, cuenta que una segunda situación de autorregulación fue con un cubrimiento en EL Chocó y nos tocó literalmente autorregularnos, en qué sentido, en este momento suena raro porque no es autorregulación en la publicación sino autorregulación en la reportería. Tuvimos que frenar la reportería por qué nos dimos cuenta claramente que no había condiciones de seguridad para hacerlo, es como una especie de torcerle el pescuezo al concepto autorregulación. No exponemos a un peligro o riesgo inminente al periodista, cuando no hay las condiciones de seguridad para ese cubrimiento”.*

### **EN LA TOMA DE DECISIONES PERIODÍSTICAS, ¿QUÉ CRITERIOS DE AUTORREGULACIÓN APLICA SU MEDIO INFORMATIVO?**

*“Primero a que los hechos están sustentados en documentos o en lo posible o sino en voces autorizadas que refrenden lo que se divulga...”*

*Tener cierto equilibrio informativo para evitar que alguno de los actores políticos o de conflicto nos asuma como un medio de vocación partidista o ideológica por determinada corriente...*

*Tenemos que ser luz es el uso de imágenes...”*

### **¿CONSIDERA USTED QUE ES NECESARIO APLICAR Y FORTALECER MECANISMOS DE AUTO REGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Sí. Creo que nos falta mucho por aprender, casi que lo que uno conoce por autorregulación, es porque ha leído algo o ha sido algo muy empírico.*

*Cuando estudia a uno jamás le enseñan autorregulación. Con los colegas pocas cosas veces hablas de autorregulación. De hecho, creo que muy pocas veces uno habla con el colega de autorregulación. Es un tema vedado. Lo otro es que la autorregulación en el actual contexto colombiano y mundial, es más que necesaria para lograr que el periodismo sea en realidad independiente. Un medio que se autorregula, es un medio que impide que agentes externos de cualquier tipo vengan a intervenir en el manejo y control de su contenido”.*

### **¿QUÉ ASPECTOS DEBERÍA CONTEMPLAR LA AUTOREGULACIÓN? MENCIONE AL MENOS TRES ASPECTOS.**

*“El primer aspecto fundamental es la responsabilidad  
Lo segundo, el alcance social de información*

*En tercer lugar, el periodista debe estar brindando un ejercicio responsable serio y equilibrado del acto de informar.”*

**¿QUÉ TAN VIABLE ES IMPLEMENTAR MECANISMOS DE AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“En este momento estamos en un proceso de autorreflexión con el acompañamiento de la FLIP. Entonces, en ese proceso de autoprotección, pensar en la autorregulación, es un componente esencial e importante que nos ayuda primero a blindarnos de la acción de agentes externos, y, lo segundo, internamente hacer un ejercicio más responsable”.*

**¿QUÉ VENTAJAS CONSIDERA USTED QUE TIENE LA AUTORREGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Toda las ventajas creo que es el gran filón de oro que no hemos abordado los medios informativos en Colombia y las ventajas con mayor credibilidad mejor calidad en información de mayor impacto en información que se hace..”*

**¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA USTED QUE SON DE REGULACIÓN EXCLUSIVA DEL ESTADO EN RELACIÓN CON LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Creo que el Estado tiene algunos aspectos externos, por ejemplo, la regulación de la profesión de periodista, la regulación del ancho de banda, la regulación del uso cierta tecnología, pero creo que, en cuanto los contenidos, el asunto compete por completo los periodistas. Cuando hacemos autorregulación y control de contenidos, ganamos en unos requisitos que sean beneficiosos para la comunidad y por supuesto beneficiosos para el ejercicio periodístico”.*

**¿CUÁLES OBSTÁCULOS ENFRENTARÍA AL IMPLEMENTAR LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“El primer obstáculo, siempre la falta de personal. Lo segundo, es la premura, aunque la cola de rata es un medio que no se caracteriza por trabajar al instante, nuestros informes se trabajan con cierto tiempo de elaboración y de reflexión previa. Y, un tercero, sería que no tenemos la suficiente capacitación en autorregulación. Entonces, eso sería como un capítulo aparte, una capacitación intensiva y bien sería sobre autorregulación”.*

**¿DEBE HABER CONCERTACIÓN CON OTROS MEDIOS PARA AUTORREGULARSE?**

*“Estoy de acuerdo. Actualmente, estamos vinculados a varios grupos de medios. Últimamente, estamos vinculados a la Liga Contra el Silencio. Ya han nacido, casi que, de manera espontánea, unos criterios de autorregulación, sobre todo en la responsabilidad en el manejo de la información, en el planteamiento lo que estamos aportando.*

*En la Liga Contra el Silencio, estamos presentando casi siempre denuncias o periodismo investigación. Eso implica cierta vulnerabilidad, en cuanto, a la posibilidad de que haya resquicios de acciones legales que sean devastadora para alguno de los tres pequeños medios o también que vulneren la integridad física de los periodistas. Entonces, en la Liga Contra Silencio, creo que se ha logrado algo bueno en ese sentido, aunque lo explícito, es algo tácito”.*

### **¿CUÁL ES EL PAPEL DE LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO RESPECTO A LAS REDES SOCIALES Y LA INTERACCIÓN CON LAS AUDIENCIAS?**

*“Tenemos un manual de manejo de redes sociales que debe aplicarse, creemos que el manejo de contenidos en redes debe estar sometido a la prudencia. Los trinos con verificados antes de ser sacados igualmente los post en Facebook o Instagram”*

#### **5.1.2.20 CARLOS EDUARDO HUERTAS - DIRECTOR CONNECTAS**

### **¿QUÉ ENTIENDE USTED POR AUTORREGULACIÓN EN MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Es todos aquellos mecanismos o decisiones que se toman al interior de una redacción buscando que, de manera consciente, profesional que los contenidos cumplan con su cometido principal que es llevar información relevante de interés periodístico de manera oportuna cumpliendo con las características de ser un bien social como lo es el periodismo.”*

### **¿QUÉ PROCESOS DE AUTORREGULACIÓN CONOCE USTED EN SU MEDIO U OTROS MEDIOS INFORMATIVOS EN COLOMBIA?**

*“Los códigos de ética que los medios de comunicación han construido. Hay organismos internacionales y un colegaje internacional que ya ha planteado unos estándares básicos sobre el ejercicio del oficio y está también la relación con las audiencias que hace que sea el regulador natural, de los contenidos que están producidos de manera adecuada”.*

**MENCIONE DOS EJEMPLOS EN LOS QUE SU MEDIO HAYA APLICADO LA AUTORREGULACIÓN EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS.**

*“El tema ejemplo de niños y niñas, somos conscientes de la responsabilidad de no mostrar imágenes de niños en temas de migración, en ser cuidadosos en el lenguaje para evitar estigmatización en contextos que de por sí son ya víctimas en medios de unas circunstancias difíciles”.*

**EN LA TOMA DE DECISIONES PERIODÍSTICAS, ¿QUÉ CRITERIOS DE AUTORREGULACIÓN APLICA SU MEDIO INFORMATIVO?**

*“Bueno primero es el chequeo de la información digamos que la información sea obtenida de manera veraz, o sea que haya habido la mayor diligencia para obtener toda la información posible sobre los hechos de los cuales están reportando, que haya un proceso de contratación, con las personas mencionadas o involucrados en posibles circunstancias donde se señale irregularidades, que haya una conveniente a los marcos legales según el caso. “*

**¿CONSIDERA USTED QUE ES NECESARIO APLICAR Y FORTALECER MECANISMOS DE AUTO REGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“Creo que todas las iniciativas que vengan desde los medios son positivas para buscar que cada vez se eleve la calidad de los contenidos. Iniciativas para ayudar a fortalecer que las audiencias tengan mejores estándares en el consumo, son positivas. Veo con profunda desconfianza regulaciones que puedan surgir del Estado, por el gran riesgo de que se vuelvan instrumentos políticos”.*

**¿QUÉ ASPECTOS DEBERÍA CONTEMPLAR LA AUTOREGULACIÓN? MENCIONE AL MENOS TRES ASPECTOS.**

*“Primero como insisto estar sometido a la ley y a los parámetros constitucionales, del Del respeto los derechos humanos, segundo que te ha cogido bajo principios éticos generales y tercero el respeto por la audiencia también cómo la audiencia consume los contenidos.”*

**¿QUÉ TAN VIABLE ES IMPLEMENTAR MECANISMOS DE AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*Totalmente viable. Es algo cotidiano digamos está en el día a día de las decisiones editoriales que se toman.*

**¿QUÉ VENTAJAS CONSIDERA USTED QUE TIENE LA AUTORREGULACIÓN EN LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“La principal ventaja que hay con fortalecer estándares de autorregulación es que eleva los estándares de calidad del periodismo.”*

**¿QUÉ ASPECTOS CONSIDERA USTED QUE SON DE REGULACIÓN EXCLUSIVA DEL ESTADO EN RELACIÓN CON LOS MEDIOS INFORMATIVOS?**

*“La libertad de expresión”.*

**¿CUÁLES OBSTÁCULOS ENFRENTARÍA AL IMPLEMENTAR LA AUTORREGULACIÓN EN SU MEDIO?**

*“Si son decisiones internas editoriales no habría obstáculo. Si son propuestas o imposiciones de regulación externa, seguramente mucho, porque entrarían en competencia regulaciones externas con decisiones editoriales internas”.*

**¿DEBE HABER CONCERTACIÓN CON OTROS MEDIOS PARA AUTORREGULARSE?**

*“Debe haber concertación en torno a lo que significa hacer un buen periodismo”.*

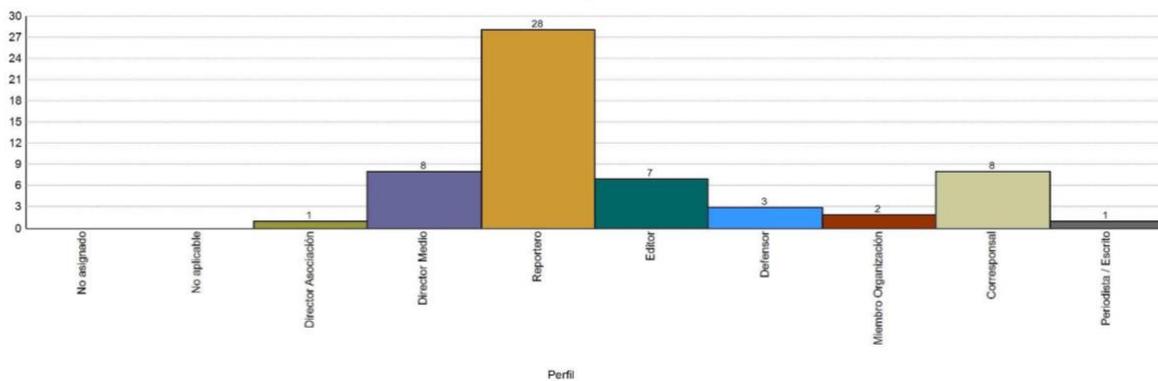
## 5.2 ANÁLISIS GENERAL CON SOFTWARE NVIVO

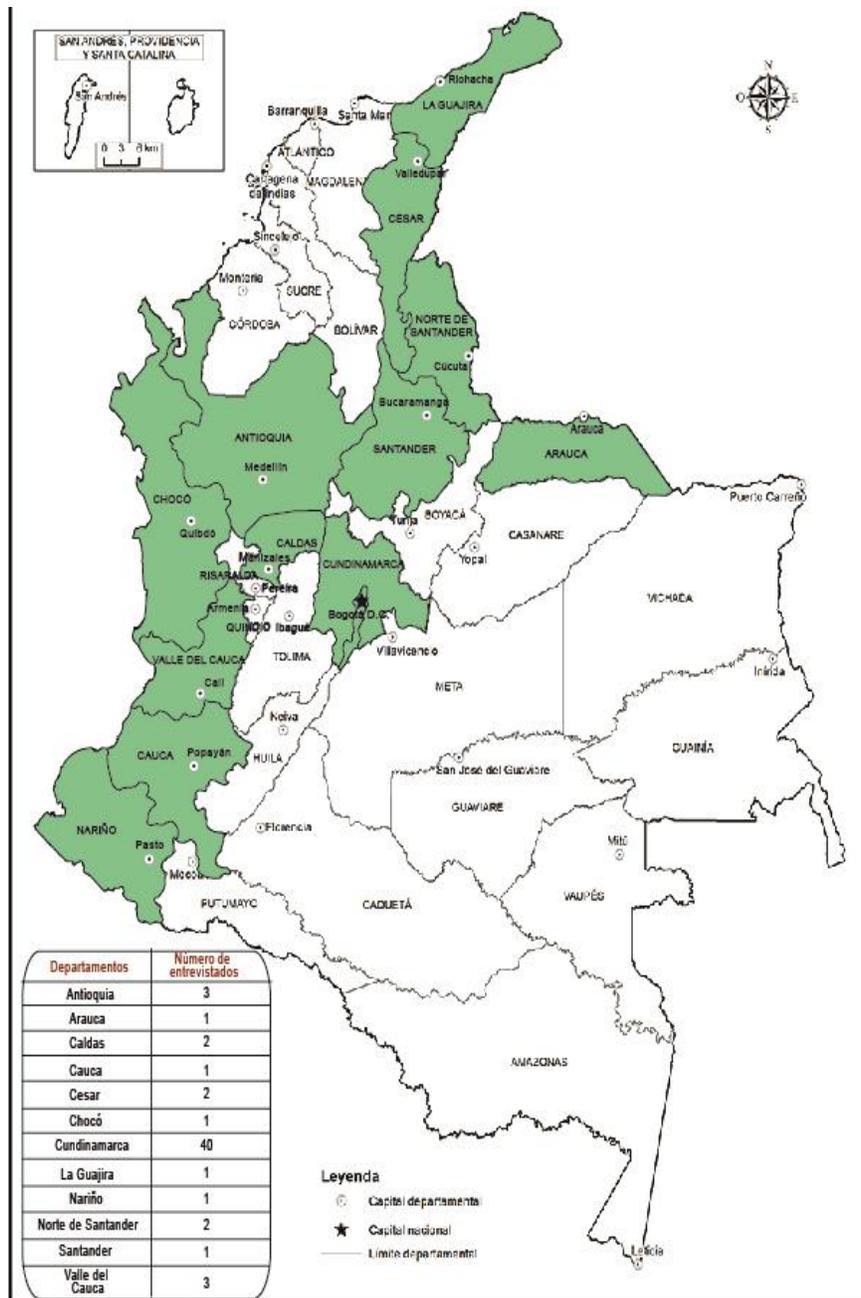
En este apartado se presenta un análisis a partir de las respuestas de todas las personas encuestadas, relacionadas con la industria de los medios de comunicación, académicos y organizaciones de la sociedad civil que trabajan vinculadas al periodismo en Colombia.

El equipo de trabajo del programa ITP sobre autorregulación compuesto por personas de organizaciones gubernamentales y de la sociedad civil, y orientado por Marisol Cano, decana de la facultad de Comunicación y Lenguaje de la Universidad Javeriana, realizó en total 58 entrevistas a directores de asociaciones, directores de medios de comunicación, editores, reporteros, defensores, miembros de organizaciones no gubernamentales o institucionales, corresponsales y escritores, de diferentes regiones del país.

La muestra incluye ocho directores de medios, un (1) director de Asociación, siete (7) editores, ocho (8) corresponsales, 28 reporteros, tres (3) defensores o ex defensores de audiencias, dos (2) miembros de organizaciones, y un (1) periodista-escritor.

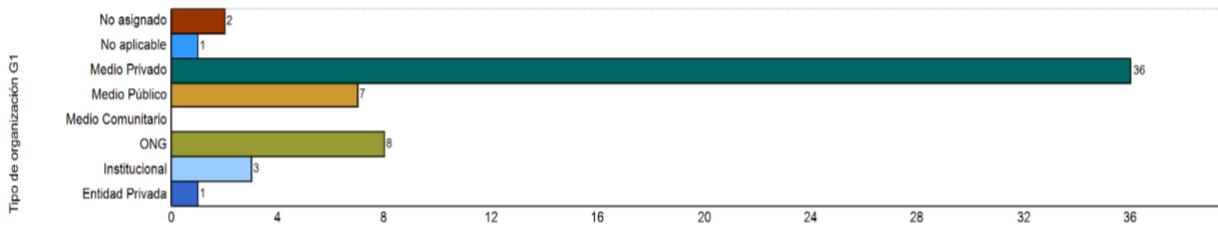
**Gráfico 1. Perfiles**



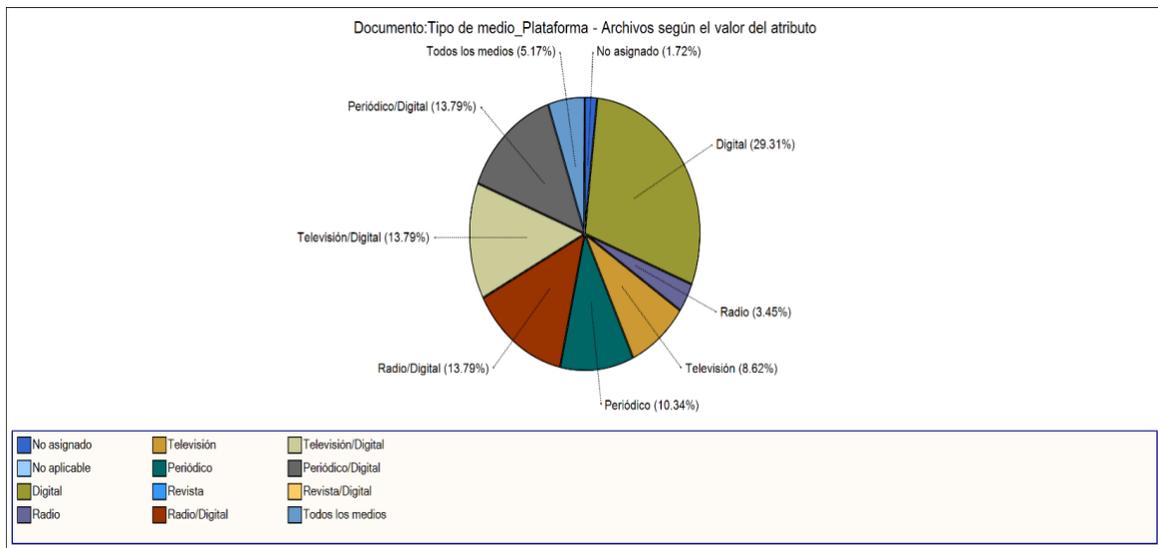


Hechas las entrevistas a los 58 actores relacionados con la comunicación, uno a uno se clasificó de acuerdo con el tipo de medio al que pertenecen: medio privado, público, comunitario, institucional, una entidad privada o una ONG. Además, las entrevistas se clasificaron según la plataforma en la que cada persona desarrolla su trabajo, por ejemplo: medios impresos, digitales, radiales o televisivos. La clasificación también caracterizó el tipo de cobertura del medio: local, regional, nacional o internacional.

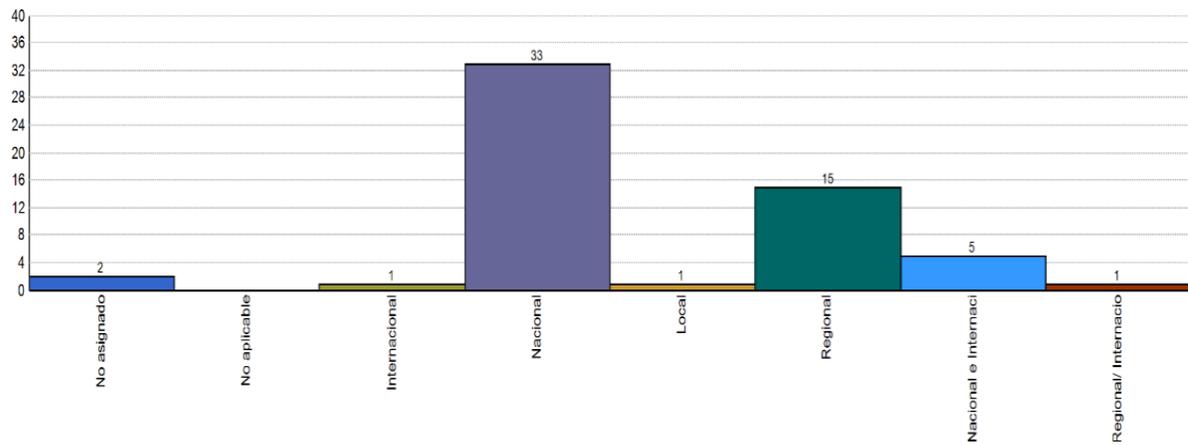
**Gráfico 2. Tipo de organización**



**Gráfico 3. Tipos de plataforma**



**Gráfico 4. Cobertura de cada medio**





Para el caso de los directores o editores su opinión se relaciona más con la responsabilidad social de los medios y las consecuencias que puedan tener las informaciones transmitidas en los públicos o audiencias:

**“Autorregulación yo considero que debe ser la responsabilidad social del medio de comunicación en relación a los contenidos que emite”**

\*\*

**“La responsabilidad que tienen los medios de generar una información precisa y clara”**

\*\*

**“Es el control que uno ejerce sobre los contenidos de la información teniendo en cuenta la responsabilidad o sea los efectos que puede tener la información”**

\*\*

**“Saber hasta dónde su manera de informar o de emitir determinados programas de opinión, noticias o programas con otro tipo de contenido pueden influir positiva o negativamente en una audiencia”**

Y de uno de ellos surgió una de las definiciones más completas y acordes con el proceso realizado por el grupo de trabajo durante los meses de estudio:

**“Es un ejercicio autónomo y libre que consiste en definir principios y protocolos internos para tratar asuntos extraordinarios o complejos que requieren hacer prevalecer el sentido de la responsabilidad periodística, es esencial diferenciarlo de la autocensura”**

En cambio, para los reporteros el tema está más ligado con el oficio. Las palabras que repitieron con más frecuencia fueron: fuentes, redacción, prácticas, contenidos, periodístico y contexto que obedecen mucho más al ejercicio de la reportería y las responsabilidades profesionales:

**“Criterios o principios básicos que deben cumplirse para que en el trabajo del reportero se garantice el respeto por la ética y la responsabilidad social propia del periodismo”**

\*\*

**“La autorregulación en los medios de información es la oportunidad que tienen los informadores de presentar sus buenas prácticas periodísticas, de tomar decisiones que sean importantes, en beneficio de una sociedad, digamos atendiendo al mandato constitucional de responsabilidad social, para no causar un daño”**

Estas definiciones están muy alejadas a las que entregan los académicos y expertos en el tema de autorregulación y las relacionan directamente con principios del periodismo: Equilibrio, ética, manejo, pluralismo:

**“La política que asume un medio de comunicación específico frente a los contenidos que emite al público, con el fin de tener un periodismo mucho más comprometido con la ética”**

**\*\***

**“La capacidad de un medio de generar sus propios códigos de ética, relación con la audiencia y protección de la libertad de expresión, los derechos humanos y otros pilares de la libertad democrática”**

Por otra parte, 18 personas entrevistadas afirman expresamente que no saben nada acerca de la autorregulación en los medios de comunicación en los que trabajan, de estos, tres son corresponsales, 1 defensor, 2 directores, 2 editores y 10 reporteros:

**“Autorregulación me suena como a contener impulsos”**

**\*\***

**“La autorregulación está centrada en el usuario”**

**\*\***

**“Pues no, lo que te digo. Inicialmente sería que nos digan cuál es el concepto de autorregulación y de ahí si partir a algo, porque no tengo idea”**

**\*\***

**“Regular la información que voy a emitir de acuerdo a... no sé, la verdad no sé”**

En algunos casos, la desconocían por completo y la confundieron con prácticas poco éticas en el periodismo:

**“Es la forma como los mismos medios hacen como un pacto, en parte, como ético para que su labor frente a la audiencia sea más transparente y que en realidad, sí, sea más transparente.”**

Y tres reporteros consideraron que la autorregulación es un tema que no les compete:

**"Más bien los medios deberían decirnos a los periodistas qué es la autorregulación, porque yo no tengo ni idea."**

**\*\***

**"Creo que deberíamos conversar primero sobre qué es lo que entendemos sobre regulación y qué es lo que buscamos para autorregulación, creo que tener una entrevista así, con una cámara sin tener preceptos anteriores, pues lo que entendemos por autorregulación es muy difícil, luego de dar una discusión de medios sobre algo etéreo, es completamente imposible no puedo responder esa pregunta".**

**\*\***

**"Creo que esta entrevista es mejor que se la hagan al director de El Espectador que es el que está un tanto de todo o al editor general y no a un reportero que digamos está abajo en la base de una pirámide, los que toman decisiones son otros"**

Y tres más la relacionan de diferentes formas con la autocensura y la regulación:

**“Estos compromisos no son para violar ninguna censura ni para establecer ningún tipo de cortapisa frente a la información. No estoy pretendiendo de que el autocontrol sea una censura develada”:** director de organización.

**\*\***

**“Una autorregulación que no pasa el límite del trabajo periodístico y no se convierta en autocensura - no limite, ni ponga cortapisas al trabajo de los periodistas”: corresponsal**

**\*\***

**“Al menos debería hablar de la censura, hasta qué punto sería regulación y hasta qué punto sería censura”**

**\*\***

**“Internamente tomar como algunas medidas frente algunos temas, de cómo tratarlos, sin ser autocensura”**

**\*\***

**“Yo entiendo que al hablar ustedes de autorregulación no están hablando de esta autocensura que lo que hizo fue que nosotros como medio no cubriéramos temas que el periodismo en Colombia debía haber cubierto, sino cómo lograr un mejor periodismo a través de la regulación”: reportero.**

### 5.2.2 Interpretaciones personales vs. sistemas de autorregulación

Es importante recalcar que los directores de los medios de comunicación entrevistados para este proyecto, conocen el concepto de autorregulación, pero no lo implementan de manera adecuada porque no hay diálogo con sus reporteros respecto a ese concepto. Hay una respuesta común que hace referencia a la falta de diálogo con los directivos de cada medio.

También resulta evidente que no hay herramientas ni mecanismos internos en los medios de comunicación que permitan la apropiación de las personas que ahí trabajan.

**Tabla 1. Perfiles que no conocen el significado de autorregulación**

	A: Corresponsal	B: Defensor	C: Director Asociación	D: Directores de medios	E: Editor	F: Miembro organización	G: Periodista Escritor	H: Reportero
1: No sabe	3	1	0	2	2	0	0	10

La mayoría de los entrevistados coincide en que estos son algunos de los principios que deben tenerse en cuenta para una adecuada autorregulación en los medios:

- Que la información sea veraz, precisa y objetiva.
- El manejo adecuado de fuentes, que “las fuentes sean las que son”, “la contrastación”, “fuentes experimentadas”, “el pluralismo de las mismas”, entre otras.
- Valores periodísticos: hace referencia a comentarios relacionados con los principios y fundamentos éticos y periodísticos.

Otros aspectos mencionados fueron la necesidad de contextualizar la información y analizar el impacto social que tendrá; la verificación y el contraste; el uso adecuado de datos; la regulación de los medios digitales; la capacitación que deben tener los periodistas para conocer sobre autorregulación; la responsabilidad al informar a la sociedad; la autocrítica constante y; por último, siete entrevistados concordaron que deben existir unos manuales claros de autorregulación.



De los 58 entrevistados, 51 afirman que la Autorregulación es necesaria en los medios de información, pero ven dificultades para implementarla y solo siete afirman que no es necesaria, entre ellos 3 directores de medios, dos editores y 2 reporteros.

Los directores que afirman que no es necesaria, creen que los ejercicios éticos son suficientes y que no es necesario formalizar mecanismos de autorregulación.

**“Si los principios del buen periodismo y si se aplican criterios éticos, los medios estarán haciendo un ejercicio autónomo de responsabilidad y no se necesitará tener que formalizar más protocolos de autorregulación para situaciones determinadas”**

\*\*

**“No debería haber camisas de fuerza creo que el papel de los medios precisamente tiene una responsabilidad política y social muy fuerte en tanto la construcción de la verdad”**

#### 5.2.4 Concertar con otros medios

Una de las posibilidades de aplicar sistemas de autorregulación en los medios de comunicación es la concertación con sus pares, pero los entrevistados no se deciden sobre la forma en que eso podría ocurrir. Hay puntos a favor y en contra.

En primer lugar, en su mayoría las opiniones respecto a este tema fueron positivas. 30 de los 58 entrevistados afirman que la autorregulación en consenso sería ideal:

**“Yo creo que pueda ser un aliciente y una unión, ey mire vamos a autorregularnos, vamos a mirar como lo estamos haciendo y seguir pa'lante”**

\*\*

**“Pues ojalá, en un mundo ideal sería eso, pero no, eso no pasa”**

\*\*

**“Creo que sería importante que los medios tuvieran unos valores compartidos en relación a lo que se informa”**

\*\*

**“Debería, debería haberla, porque en general si todos los medios hacemos buen periodismo, pues eso nos va elevando cada vez la vara más hacia arriba”**

Los directores, que son quienes tienen mayor participación en este ámbito y podrían definir el curso de este cuestionamiento en cada medio y/o sociedad, afirman:

**“Si se trata de un consenso de varios medios, como dije yo, influyentes en un país como Colombia los resultados serían muy buenos, para todo el mundo”**

**\*\***

**“De pronto a través de organizaciones sociales, ONG’s o el mismo gobierno, propiciando la autorregulación y empezar por contarles en qué consiste y por qué es importante”**

**\*\***

**“Efectivamente creo que se puede generalizar y que estas generalizaciones permiten precisamente que los medios en general, no solo un medio individual, sean más responsables”**

A pesar de la serie de comentarios positivos frente a una posible concertación entre medios, los reporteros y editores fueron quienes identificaron las posibles dificultades a las que se verían enfrentados a la hora de concertar.

**“Yo creo más bien que cada medio de acuerdo a la naturaleza del mismo y a los intereses debe preocuparse por tener unos códigos de ética establecidos y que los conozcan precisamente todos sus colaboradores otro tipo editorial otros periodistas”**

**\*\***

**“Es completamente imposible”**

**\*\***

**“La autorregulación no es una cuestión de los medios en la cuestión de los periodistas”**

Luego de mostrarse reacios frente a una posible concertación, hablan sobre los riesgos a los que se puede atener un periodista y en un medio en el campo de acción.

**“pactos de silencio”**

\*\*

**“Eso de no pisarse las mangueras, no criticar a otro periodista, no criticar a otros medios”**

#### 5.2.5 Creación de mecanismos

Menos de la tercera parte de los entrevistados sugiere mecanismos reales de autorregulación como códigos o manuales que funcionaron hace más de un par de décadas en las salas de redacción y menos propusieron algunos más allá de sus propios medios, aunque admitieron que conocen guías internacionales.

**“Se implementó una especie de código de ética o decálogo para la utilización de las redes sociales personales de los periodistas”**

\*\*

**“La figura de ombudsman o defensoría que sirve como elemento pedagógico, pero también como generador de insumos en la idea de autorregulación”**

\*\*

**“La legislación que existe sobre la presencia de Defensoría de un televidente que tiene esa función pedagógica y de habilitar de insumos a la redacción para discusiones”**

\*\*

**“La propia figura del defensor del lector, una figura de autorregulación, porque significa una mediación entre las audiencias o los lectores”**

\*\*



\*\*\*

**“Periodistas muy destacados, uno sabe que están al servicio de causas particulares o de grupos políticos en particular, entonces ejercen la libertad de prensa cuando les conviene, pero también ejercen el ‘tapen-tapen’ cuando les conviene”**

Los directores no hacen comentarios frente a este posible obstáculo, pero los defensores y académicos sí lo analizan:

**“Sus intereses económicos, sus relaciones con algunos anunciantes, su papel... el papel que los dueños de medios, fundamentalmente, tienen en la sociedad y las alianzas con poderosos, etcétera. Todo ello se manifiesta en la incomodidad que la autorregulación puede producir, también, al interior de los medios de comunicación”**

\*\*\*

**“Hay una enorme inferencia de intereses políticos y administrativos en su labor periodística, que debe ser analizada y evaluada”**

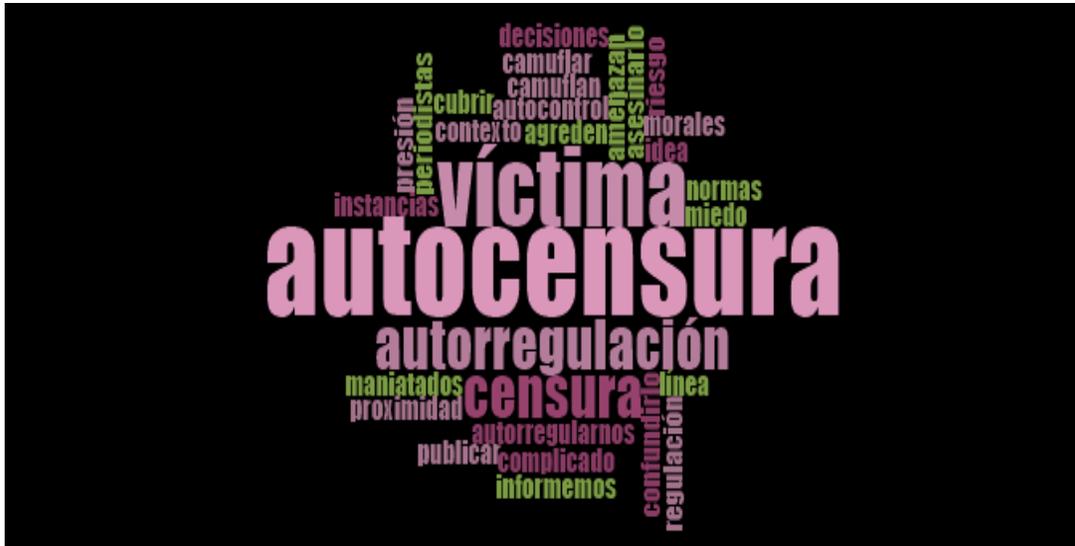
En cuanto a los sesgos personales o creencias, quienes hacen mayor énfasis son, de igual forma, los reporteros.

**“Si se llegara a implementar sería como generar un poco de polémica en las mismas creencias que tenemos nosotros”**

\*\*\*

**“Sesgos implícitos mentales que cada uno tiene y las dificultades naturales psicológicas que todos los seres humanos, tenemos que auto cuestionarnos y autocriticarnos constantemente”**

\*\*\*



La autocensura es un tema de preocupación tanto para directores, defensores, académicos, como para reporteros y corresponsales. En este aspecto las palabras que los entrevistados mencionan constantemente son: víctima, censura, agreden, amenazas, camuflar y maniatados.

Los directores creen que la autorregulación puede pasar los límites de la autocensura.

**“Ese es para mí el mayor riesgo que existe cuando uno habla de autorregulación, fácilmente usted puede camuflar, de normas éticas y morales, lo que en el fondo es miedo y temor a publicar”**

\*\*

**“Efectivamente me parece que hay una línea gris entre el tema del autocontrol y la censura”**

Y, los reporteros, junto con los corresponsales, tienen opiniones en común respecto a este tema, que además de ser polémico, lo catalogan como preocupante.

**“a veces la autorregulación y la autocensura están muy pegadas y la idea no es que nos auto censuremos por algunos contenidos, sino que informemos mejor sobre ciertos temas”**

\*\*\*

**“la autocensura me parece un poco complicado, a veces la regulación se toca con la censura entonces en vez de autorregularnos terminamos autocensurándonos”**

\*\*\*

**“Por nosotros mismos los periodistas porque nos podríamos sentir maniatados frente a decisiones que se tomen en el tema”**

\*\*\*

**“Yo siento que esos procesos de autorregulación no siempre están definidos como tal, así de esa misma forma, sino que se camuflan en otras instancias en otras formas de presión y eso es mucho más riesgoso”**

#### 5.2.7 El Papel del Estado

Una de las preocupaciones de los entrevistados y que está ligada directamente a los obstáculos ya mencionados, es el papel que tiene el Estado en el tema de regulación frente a los medios de información.

Los reporteros y editores, que son quienes están inmersos en el campo de acción, sienten que el Estado puede ejercer presiones frente a la labor que realizan en su día a día, y que de ahí se pueda llegar a censurar un medio de comunicación.

**“Sería muy peligroso, sería censura”**

\*\*

**“Que no caiga en la censura, regular, pero sin prohibir”**

\*\*

**“Haya ninguna circunstancia en la que el Estado deba regular un medio porque creo que la línea es muy delgada entre la regulación y la censura”**

\*\*

**“La Constitución claramente prohíbe la censura previa en nuestro país, a que los medios a partir de sus decisiones asuman la responsabilidad, si en**

**ese caso consideran que nos equivocamos, pero lo peor que puede pasar es abrir la puerta para que la autorregulación venga de afuera, porque es lo más cercano que puede llegar a ser a la censura y cuando se hable esa Caja de Pandora no sabemos dónde pueda terminar”**

Y por ello afirman que la intervención del Estado frente a los medios de comunicación debe ser nula.

**“A mí me parece difícil y preocupante la regulación del Estado por encima de los medios de información”**

**\*\***

**“Creo que sería peligrosísimo que el Estado entre a regularlos”**

**\*\***

**“Siento que cualquier regulación puede incidir en la falta de independencia de los medios o en que se coarten de alguna forma”**

**\*\***

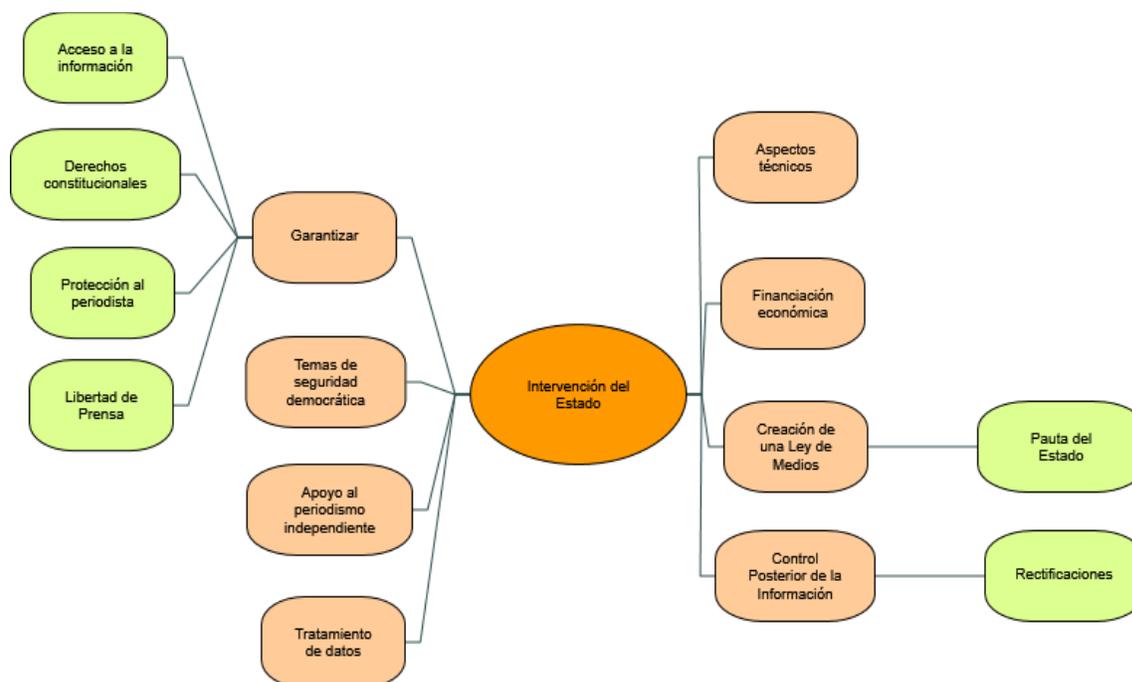
**“Tendría que ser como una dictadura para que tenga una regulación, o sea usted no puede decir eso, no puede decir aquello, no puede hablar de aquello, creo que no va. No sé si estoy equivocada, pero creo que no debería tener ninguno”**

**\*\*\***

**“Es preferible una prensa desbordada, que una prensa amarrada”**

Sin embargo, los directores, defensores y algunos reporteros están de acuerdo en que el Estado debe regular aspectos mínimos, pero necesarios, que garanticen los derechos fundamentales de la sociedad. Estos son:

## Mapa Mental - Aspectos en los que debe intervenir el Estado según las respuestas de los entrevistados



- Garantizar el acceso a la información.
- Garantizar los derechos constitucionales:

**“Que no se vulnere el nombre y la dignidad de una persona, que no se caiga como en difamaciones, eso podría regular el Estado”**

\*\*\*

**“Pienso yo que la constitución nos da un marco, no sé si esa palabra es jurídica, el marco constitucional, es como el manual de instrucciones de ser colombiano, la constitución, el acuerdo nacional, el acuerdo de Colombia como nación, ahí hay unos preceptos que yo pienso podría... Ahí pienso yo que el Estado tiene cierta o bastante injerencia en la autorregulación, cuando se violan esas normas que están establecidas en la constitución y en la ley”**

\*\*

**“La difusión errónea de informaciones que puedan dañar la honra de las personas por no hacer un ejercicio periodístico cuidadoso, y sobre todo el papel de las víctimas”**

- La pauta con el Estado:

**“La democratización de la pauta del Estado, porque no es democrática, eso no existe, esa pauta del Estado se la entregan a los grandes medios, no a los pequeños medios”**

**\*\***

**“Yo sí creo que debería intervenir en el tema de la torta publicitaria, porque siempre pasa lo mismo, cada vez que hay cambio de gobierno la pauta la reparten de acuerdo con el sentimiento del gobernante”**

- Temas con inferencia en la seguridad democrática:

**“Que se ponga en juego la soberanía o seguridad nacional”**

**\*\***

**“Cuando puede poner en peligro el Estado, es decir, temas que sean exclusivos de inteligencia militar con el Estado”**

- Los aspectos técnicos:

**“Creo que el acceso al espectro electromagnético”**

**\*\***

**“La asignación de las frecuencias para los medios de televisión y los medios radiales”**

- Garantizar la protección para los periodistas.

- Tratamiento de datos:

**“La protección a los menores de edad el tratamiento que se les da en cualquier noticia”**

**\*\***

**“Podría ser el tratamiento de víctimas en el caso judicial, como son casos muy famosos y muy sonados terminamos re- victimizando, a los fallecidos, a las víctimas”**

**\*\***

**“También la forma como utilizamos las palabras como el suicidio que normalmente eso tiene un tratamiento, pero los medios no tienen ningún tipo de regulación”**

**\*\***

**“Cuando se dan capturas y demás, siento que ahí es importante que siempre prevalezca la presunción de inocencia”**

- Financiación:

**“La regulación que le compete al Estado es la de la financiación y no tanto la de la información”**

Finalmente, todos concuerdan con que se debe garantizar la libertad de prensa y la libertad de expresión:

**“El tema de la libertad de prensa pues lo regula el Estado a través del legislativo y del judicial”**

**\*\***

**“protege el derecho a la libertad de expresión”**

**\*\***

**“Yo creo que el Estado lo que debe es garantizar que los periodistas puedan cumplir de una forma libre e independiente su oficio”**

#### 5.2.8 Autorregulación en Redes sociales

Las redes sociales tienen hoy un espacio protagónico en la discusión sobre autorregulación porque mucho de lo que ocurre allí no está enteramente bajo el control de los medios.

Es claro para los entrevistados que las informaciones publicadas por ellos mismos sí son su responsabilidad, pero los estándares que existen allí son intuitivos y casi siempre ligados a las que ya se implementan en el resto de publicaciones.

**“Esos trinos tienen una característica, y es que conservan la naturaleza de France Press, información verídica, imparcial, y la autorregulación viene de ahí, el trino sale de la historia y la historia está verificada y tiene el sello de FP”**

\*\*

**“Cualquier contenido que salga por alguna red social debe ser verificada directamente con el periodista de la fuente y con la fuente porque sería muy irresponsable de un medio de comunicación tomar solo una información de Twitter, Facebook, Instagram”**

Aunque algunos si tienes algunas normas básicas que se relacionan con los mismos temas de autorregulación delimitados en el medio, como evitar los comentarios violentos, no publicar imágenes sensibles ni permitir vulneraciones de la libertad de expresión:

**“Publicación de fotografías que puedan ser sensibles u ofensivas, no lo hacemos por lo menos en el caso de muertes trágicas”**

\*\*

**“No publicamos fotos sangrientas”**

\*\*

**“No divulgamos temas que son de la esfera privada”**

**\*\***

**“Evitamos publicar noticias no verificadas”**

**\*\***

**“No hay manual. Ni está pensado”**

**\*\***

**“Todos los medios de comunicación estamos aprendiendo a tomar decisiones”**

**\***

**“Entablar diálogos, entablar relación con la audiencia sin excedernos y sin darle visibilidad a personajes que puede llegar a, de pronto, hacerle daño”**

**\***

**“La regla tiene que ser transparencia, pero las redes son absolutamente incontrolables”**

Sin embargo, para los reporteros la situación no está en blanco y negro: las redes sociales, se convirtieron para ellos en una fuente adicional y las formas para filtrarla no están aún escritas:

**“Son una herramienta súper fuerte de denuncia, antes no teníamos la posibilidad de conocer la gente”**

**\*\***

**“Creo que es parte de las redes, muchos de los chequeos que hacemos son pedidos por redes sociales y eso lo aclaramos parte de eso son las comunicaciones que tenemos con nuestros lectores”.**

Cuando responden sobre las redes, los entrevistados resaltan que se trata de un medio público, con vida propia y llegan a admitir que esperan a que se autorregulen automáticamente, aunque admiten el peligro que significa para la libertad de expresión:

**“Muchas veces también construyen fake news en términos de una postura política, de lectura de la realidad social, que contravenga los intereses de los**

**grandes grupos económicos que financian o son dueños de estos medios y destruyen imágenes, destruyen posiciones”**

**\*\***

**“Las redes se convierten en casi un patíbulo de juicio a veces nefasto inquisidor de señalamiento donde se le da crédito a las fake news”**

**\*\***

**“Con el auge de las redes sociales incluso se está dando y estamos siendo muy apresurado a compartir contenido sin hacerle un filtro de comprobación de verificación de la información y en eso han caído muchos periodistas compartiendo noticia a la ligera por redes sociales propias, institucionales o incluso por el medio de comunicación”**

Porque al final algunos son muy honestos sobre lo que en realidad significan las redes para cada medio:

**“Si hay autorregulación o no en los videos que publicamos en Facebook, pues también uno en las redes sociales busca es ‘likes’, busca es que haya interacción en masa”**

**\*\***

**“Hay cosas que publicamos en las redes pero que no publicamos al aire en la emisora, pero que si nos van a dar muchísimos clicks y de pronto eso si no está autorregulado”**

Para los reporteros y directores -cada uno desde su mirada- también es importante devolver a la mesa de discusión quién es el dueño -y el responsable- de lo que se dice en las redes sociales. La preocupación principal radica en los compromisos y posiciones que se asumen y pueden hacer que la audiencia entienda erróneamente una información. Al final no es claro quién debería, para la mayoría de consultados, encargarse de la autorregulación en este nuevo campo:

**“Siempre en su perfil aclaran que lo que ellos digan no comprometen el medio con el cual trabaja”**

## 6. CAJA DE HERRAMIENTAS DE AUTORREGULACIÓN

En el proceso de entrevistar a diversos perfiles profesionales de los medios de comunicación, del orden nacional, regional y local, se evidenciaron casos en los cuales no existía claridad suficiente respecto al concepto de la autorregulación, sus beneficios, aplicaciones y requisitos. Incluso algunos medios que tratan de aplicarlo no lo tienen suficientemente documentado o formalizado dentro de sus organizaciones, lo que hace que el mecanismo sea débil.

En la revisión bibliográfica y de antecedentes referentes a la autorregulación de medios informativos en Colombia no se encontraron documentos o cartillas diseñadas con el objetivo de guiar al usuario en el proceso de implementación este tipo de mecanismos. Por lo anterior, al identificar este vacío en el caso colombiano, se vio la necesidad de crear un documento de fácil comprensión y aplicación que permita a cualquier medio de comunicación y sus periodistas i) comprender el concepto de autorregulación, ii) conocer sus beneficios, iii) acceder a ejemplos de mecanismos y iv) orientar su diseño e implementación.

Par este fin se creó la Caja de Herramientas de Autorregulación, un instrumento que facilita la comprensión y aplicación de mecanismos de autorregulación, diseñada para un amplio espectro de públicos, que incluye estudiantes, periodistas y directivos de medios de comunicación, docentes y profesionales de áreas afines.

Una caja de herramientas, que también suele denominarse con el término inglés *toolkit*, es una metodología que se utiliza en algunas industrias, para proveer recursos y herramientas a las personas, en busca de lograr ciertos objetivos relacionados con el mejoramiento de competencias y la promoción de buenas prácticas.

Desde su formulación, se pretende que esta sea una caja de herramientas activa en constante actualización, que incluya sí nuevos módulos y se complemente con temas y contenidos que la enriquezcan y mantengan actualizada.

La Caja de Herramientas de Autorregulación está diseñada con una estructura modular en un ambiente web de fácil navegación, y puede encontrarse en el portal [www.auto-regulacion.org](http://www.auto-regulacion.org) creado en el marco del Programa ITP para América Latina. Está constituida por los siguientes 12 módulos:

### ***¿Por qué una caja de herramientas?***

En este módulo se introduce al lector en el tema y se brindan las razones que explican la existencia de la caja de herramientas, es un primer acercamiento y

abordaje del tema buscando que el usuario se conecte conceptualmente con el tema.

### ***Importancia de la autorregulación***

En este segundo módulo el usuario comprende la importancia que tiene la Autorregulación en un entorno democrático y especialmente para los medios y las audiencias, buscando que cuando el lector acceda a los demás módulos tenga claridad acerca de la relevancia práctica que representa la autorregulación tanto para un medio de comunicación como para el tejido social en general.

Autorregulación para todos.

Como un contenido tipo de “Autorregulación para Dummies”, en este módulo se explican componentes, conceptos y elementos asociados a la Autorregulación, volviéndolos accesibles y fáciles de comprender para los usuarios, en una dimensión cotidiana y en un lenguaje simple. Se busca con este componente que aún sin tener ningún conocimiento previo, cualquier persona entienda y asimile los conceptos de la Autorregulación.

### ***¿En qué casos se puede aplicar?***

A través de este componente el lector logra comprender desde el ejercicio cotidiano de los medios de comunicación, los casos y situaciones en los que resulta particularmente útil la aplicación de la autorregulación.

### ***La ruta de la autorregulación***

Con los módulos anteriores el usuario ya ha logrado comprender la importancia y las dimensiones de la Autorregulación, al igual que conocer los elementos asociados a esta práctica, sin embargo, puede resultar confuso como lograr aplicarla ordenada y exitosamente en la vida cotidiana, es por eso que se presenta este módulo, con una estructura lineal que permite al usuario identificar un paso a paso de la autorregulación desde la mirada práctica de los medios de comunicación. El defensor de las audiencias.

Teniendo en cuenta el importante rol que desempeñan los defensores de las audiencias en los medios y países en donde existen, se ha definido un módulo completo a este tema para promover su implementación como un instrumento muy adecuado para garantizar el éxito de la implementación de los procesos de autorregulación.

### ***Errores frecuentes***

Aprender de los errores típicos cometidos por otros siempre será muy útil para evitar caer en esos mismos yerros, es por este motivo que se crea un módulo solamente dedicado a la identificación de estos errores con su respectiva descripción.

### ***Ejemplos***

Los casos de éxito y las experiencias implementadas por asociaciones, medios de comunicación y organizaciones, permite tener elementos de referencia concretos y ejemplares, que sirven como guía para que los lectores apliquen la autorregulación en sus espacios cotidianos y medios de comunicación.

### ***Palabras clave***

Un glosario amplio además de reforzar los conceptos antes expuestos aporta las palabras y términos de referencia asociados a la Autorregulación, codificando un lenguaje correcto y adecuado que debe estar presente en los distintos procesos de Autorregulación.

### ***Preguntas frecuentes***

Como cualquier otro tema técnico y especializado, surgen dudas que terminan siendo lugares comunes entre distintos agentes que componen la cadena de valor de los medios de comunicación, razón por la cual en este módulo se han recapitulado las más comunes inquietudes planteadas en revisiones de casos, evidenciándose las respectivas respuestas que lo soportan.

### ***Recursos***

Como en toda caja de herramientas, los recursos son un elemento indispensable para reforzar los conceptos aportados, convirtiéndose en herramientas adicionales que empoderan a los usuarios y aportan suficientes componentes para garantizar la implementación de un modelo de autorregulación.

### ***Enlaces de interés***

En este módulo se ofrecen Vínculos y accesos a publicaciones web disponibles y que sirven como recursos y servicios adicionales para los lectores y usuarios de la caja de herramientas.

## 7. CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta la estructura metodológica de la batería de preguntas aplicadas y el perfil de los entrevistados, a continuación, se desarrolla un balance de las respuestas recibidas y sistematizadas desde ambas aproximaciones, las cuales se concentran en explorar qué es la autorregulación y cuáles son sus contenidos; cuáles son las experiencias de autorregulación propias u observadas; y, qué posibilidades se encuentran para la autorregulación frente a la actuación del Estado.

### 7.1 La comprensión de la autorregulación y los contenidos que se le atribuyen a la noción

Los entrevistados asumen la autorregulación como un ejercicio autónomo dentro de cada uno de los medios de comunicación, para establecer sus propias normas y reglas de juego encaminadas a realizar la labor de informar de acuerdo a los estándares, políticas y necesidades puntuales de cada medio.

Tres de los entrevistados entienden el concepto de autorregulación de similar manera al *ombudsman de la prensa de Suecia*: como un ejercicio colectivo que deberían realizar los medios de comunicación para establecer sus propias reglas y así evitar la intervención del Estado a través de leyes que regulen la actividad periodística.

En las entrevistas se observó que algunos de los entrevistados tienen una noción básica de la autorregulación, confundiéndola con la autocensura, la línea editorial del medio, el manual de estilo, la clase de producto (entretenimiento, judicial, deportes) e incluso uno de los entrevistados considera que el ejercicio periodístico de autorregulación es y debe ser totalmente diferente para quienes informan a través de plataformas digitales. En general la definen de forma intuitiva.

Se observa cómo las definiciones de autorregulación varían según el perfil de los entrevistados: a nivel de directores/editores la relacionan con la responsabilidad social del medio de comunicación, en cambio los reporteros la relacionan con la función del periodista y se aleja de las definiciones académicas. Se evidencia la falta de herramientas al interior de los medios que faciliten la apropiación de la autorregulación en las diferentes áreas de la organización, hay poco diálogo en este sentido entre directores/editores y reporteros.

De igual manera, entienden que se autorregulan cuando cumplen la ley, por ejemplo, no publicando imágenes o nombres de menores de edad involucrados en hechos noticiosos (regulado en el código de la infancia) o guardando la reserva de

la fuente (establecido en la Constitución Nacional), respeto por los derechos humanos (regulado en la Constitución Nacional, Carta interamericana de derechos humanos etc.).

Igualmente, asumen que hay autorregulación cuando cumplen con los estándares indispensables para el ejercicio de periodismo: verificar que los hechos sean ciertos, contrarrestar las fuentes o tener equilibrio informativo.

En general los actores consultados consideran que aplicar lineamientos éticos para ejercer su labor de informar, tales como preguntarse si la información es útil a su causa, a la comunidad o al público receptor, conservar distancia de las fuentes, utilizar un lenguaje apropiado, así como informar con el enfoque adecuado, son criterios de autorregulación.

Algunos medios manifestaron que tienen manuales de estilo de la redacción y refirieron que realizan ejercicios de análisis y retroalimentación de la información que han publicado o que van a publicar, en general todos definen sobre la marcha y atendiendo a la casuística diaria de las noticias o la información sobre los temas sensibles.

Ninguno de los medios consultados tiene un manual de buenas prácticas o de autorregulación para el ejercicio periodístico.

A cada uno de los entrevistados se les solicitó citar tres aspectos que debería contemplar la autorregulación. Las respuestas entregadas a esta pregunta, en su orden fueron: 1). Veracidad. 2). Responsabilidad. 3). Manejo de las fuentes. 4). Respetar derechos en las publicaciones.

Se identifica en las respuestas que algunos de los entrevistados consideran que se deben incluir como aspectos de autorregulación temas que ya están regulados por la ley como los derechos de los niños, los derechos fundamentales, el discurso del odio y la apología al delito.

Otros consideran que debe haber autorregulación en temas como la diferenciación clara entre la publicidad y el contenido, la manifestación de los intereses económicos del medio, así como su postura ideológica, temas que resultan críticos, pero de interés general a la hora de informar porque generan enfoques editoriales diferentes que los lectores, televidentes, radio escuchas o lectores deben conocer. Un entrevistado consideró que hay que establecer un tribunal de ética periodística como mecanismo para que los medios se autorregulen y sancionen entre ellos

mismos a quienes incumplan las normas que se hayan dado (como funciona en Suecia).

En lo que coinciden todos los entrevistados, es en la necesidad de que los medios se autorregulen en determinados aspectos durante su ejercicio periodístico.

En las respuestas entregadas y que aquí se analizan, incluso, hay un medio que habla de que se autorregule “la autodeterminación de los pueblos” como un elemento de la misma.

En todas las respuestas se evidencia que si bien es cierto, los consultados consideran que deben existir temas objeto de autorregulación, tienden a confundir la necesidad de la regulación legal con la autorregulación, abriendo con esto un interesante espacio de trabajo entre ellos, no solo para definir y aclarar conceptos, sino para construir en consenso posiciones frente al Estado y sus posibles intereses de regular la actividad de ejercicio de la libertad de expresión.

En relación con las ventajas que se atribuyen a la autorregulación en los medios informativos, el análisis de esta pregunta arroja un gran insumo que evidencia el valor que el 99% de los entrevistados le da al proceso de autorregulación.

En su mayoría, los preguntados calificaron la autorregulación como positiva especialmente por ser un acto de responsabilidad del medio y los periodistas, porque hace reflexionar sobre los errores, porque evita las prohibiciones legales impuestas por el Estado, genera mejor información y les otorga a los medios una mayor credibilidad, respetabilidad e impacto en sus destinatarios.

Uno de los entrevistados dijo algo muy importante y es que la autorregulación es *el gran filón* que los medios no han explotado para conquistar a sus audiencias, a través de contenidos responsables, reflexivos y de calidad.

Finalmente, vale la pena mencionar que el 12% de los entrevistados afirmaron que la autorregulación no es necesaria, consideran que con los ejercicios éticos es suficiente. Incluso, un entrevistado calificó la autorregulación como “desventajosa” para los medios pues -en su concepto- no permitiría que se elaboren contenidos de impacto y que llamen la atención, lo que ocasionaría que estos sean “aburridos” y “ladrilludos” pues “el análisis vende menos que el escándalo, el análisis vende menos que la emoción” concluyendo entonces que como consecuencia de la autorregulación se afectaría el rating de los medios. Una posición interesante para explorar las tensiones entre la autorregulación de contenidos y las expectativas económicas de los medios.

## 7.2 El balance de experiencias propias y observadas sobre autorregulación

En las experiencias recogidas tras el procesamiento de las entrevistas, se evidencian algunas prácticas autorregulatorias de manera no sistemática. Estos mecanismos se efectúan por nociones intrínsecas sobre ética periodística, y en otros pocos casos son establecidos en manuales o códigos de ética.

Las entrevistas con los agentes del sector muestran que es un tema muy difícil porque no hay una única directriz sobre cómo manejar el tema de la autorregulación. En lo que sí se concuerda es que debe haber unos mínimos que pasen por el respeto a la información, desde las imágenes y el contenido, en temas como la protección a niños, niñas y adolescentes, cubrimientos de suicidios o atentados terroristas.

Así mismo se puede concluir que estos procesos se intensifican cuando el medio ha tenido algún incidente grave, como una denuncia que haya hecho alguien en defensa de su propio honor, de su buen nombre o alguna protesta que haya provocado su contenido.

En las respuestas se logra identificar que los entrevistados en su gran mayoría desconocen procesos de autorregulación de otros medios y los ejemplos citados corresponden a las prácticas ejecutadas en sus propias salas de redacción. Menos de una tercera parte de los consultados, se refieren a mecanismos reales de autorregulación.

Se destacan algunos ejemplos de autorregulación que resultan interesantes porque van en contraposición de la lógica comercial y consumista de la información que desarrollan algunos medios en afán de clickbait acudiendo a informaciones de confrontación y pugnas. Esto va desde la NO publicación de notas escandalosas con poco contenido periodístico de fondo hasta omitir los trinos de personajes famosos, regularmente convertidos en noticias.

En cuanto a la autorregulación en redes sociales el asunto es más complejo, hay una dicotomía en las voces frente a este tema. Algunos creen que los principios que se deben acoger para las redes vienen del método tradicional porque el periodismo no ha cambiado sus reglas básicas. Para otros sí se hacen necesarios manuales y nuevas formas de pensar la autorregulación en relación con las redes sociales. En últimas, donde sí coinciden es que “el buen periodismo se impone sobre cualquier autorregulación”.

Solo un agente entrevistado, habló sobre la autorregulación que se debe implementar en los casos del derecho al olvido. Esta es una discusión que se viene dando desde hace varios años en Europa, en el Congreso de Ombudsman e incluso ha sido objeto de fallos de la justicia. Compete a los medios una continua actualización sobre los debates globales de autorregulación.

Un alto número de los ejemplos de autorregulación citados por los periodistas corresponden a sus propias iniciativas en sus cargos decisorios como directores o editores, no así, hacen parte de una política del medio. Se recomienda a los medios promover, incentivar y ejecutar mecanismos de buenas prácticas periodísticas dentro de sus salas de redacción.

Se evidencian algunas prácticas autorregulatorias, no sistematizadas o formalizadas dentro del medio, sino, resultados de decisiones que se toman sobre la marcha y atendiendo a la casuística del momento o coyuntura.

Se encuentra en las entrevistas que pequeños medios regionales, no tienen posibilidad de crear o acceder a manuales o códigos de ética fácilmente, dificultando la implementación de autorregulación en su ejercicio periodístico. Se recomiendan alianzas o cooperación para que pequeños medios accedan a capacitación, foros o eventos gremiales donde se impulse la autorregulación.

### 7.3 Las posibilidades que se encuentran para la autorregulación frente a la actuación del Estado

Las respuestas brindadas por los agentes del sector de la comunicación a las preguntas formuladas, constituyen un insumo invaluable para delinear una cartografía sobre la forma cómo se están comprendiendo, asumiendo o vislumbrando las posibilidades de operación sobre los conceptos de regulación y autorregulación de las informaciones, las comunicaciones y los medios en Colombia.

La veintena de entrevistados analizados en una de las aproximaciones al problema, está lejos de ser asumida como una muestra estadística del universo de medios, periodistas y organizaciones del sector de la comunicación que existen en el país.

Aun así, se puede afirmar que, en términos cualitativos, se trata de la toma de testimonio a un conjunto representativo de actores del campo de la comunicación; cuyas consideraciones, si bien es cierto, no se pueden generalizar en forma absoluta, sí permiten componer algún nivel de sistematización sobre la comprensión de las categorías de regulación y autorregulación.

No obstante que, las preguntas de trabajo formuladas se enfocaron prioritariamente en la “regulación” y la “autorregulación informativa”, las respuestas recaudadas entre los entrevistados desbordaron los límites y alcances de los interrogantes que les fueron planteados, extendiéndose al campo general de la autorregulación de las informaciones, las comunicaciones, los medios y las prácticas periodísticas y ciudadanas. Incluso aparecieron categorías como “autocontrol” y “autocensura” al tratar de narrar o caracterizar el ámbito de la “autorregulación”.

Este puede ser interpretado como un hallazgo de los testimonios recaudados, en tanto, emerge la pregunta: ¿De qué elementos, términos, conceptos o dimensiones está dotada o compuesta la noción de autorregulación que tienen algunos agentes colombianos del sector de la comunicación y los medios?

Efectuadas las anteriores precisiones, a continuación, se examinan algunas observaciones puntuales respecto de los testimonios recogidos.

Dentro de las preguntas planteadas, la gran divisoria está trazada por las acciones de “regulación” que serían de competencia del Estado y de “autorregulación” que, en principio, constituirían una facultad de los periodistas y los medios.

En este sentido, claramente, se aprecia que la autorregulación es comprendida como una acción libre de los periodistas y los medios, tendente a atenuar la posibilidad de intervención del Estado o de las ciudadanías sobre los medios, con el consecuente riesgo para el ejercicio de las libertades de expresión, información y prensa.

Frente a la pregunta por los aspectos que serían de exclusiva regulación del Estado, se encuentra que, en forma tajante, algunos actores señalan que el Estado no debe intervenir de ninguna manera frente a las informaciones y los medios.

Entre los agentes que reconocen que el Estado debe intervenir en las comunicaciones, las informaciones y los medios, se observa la existencia de opiniones que se diferencian respecto del grado de tales actuaciones.

Así, la gama de grados de intervención se extiende desde quienes manifiestan que la función del Estado debe contraerse en “no estorbar”, hasta quienes especifican que el Estado debe simplemente trazar un marco general de orden constitucional y legal para el ejercicio de estos derechos.

Otros, reconocen la necesidad de intervención del Estado frente a las comunicaciones y le atribuyen funciones relacionadas con la defensa de la soberanía nacional; la gestión del espectro electromagnético; la defensa de la seguridad nacional; la persecución de los radiodifusores piratas; la distribución por tercios de los recursos entre los operadores oficiales, privados y comunitarios; el establecimiento y concurrencia de la responsabilidad de las autoridades cuando divulgan entre los medios comunicados que afectan los derechos de terceros; el control de la pauta oficial; los límites a la concentración de propiedad mediática; la actuación cuando se incurra en la injuria y la calumnia contra las audiencias o la vulneración al régimen de protección de los niños y la sanción de la pornografía infantil, etc.

En el reconocimiento de la potestad de intervención del Estado en las comunicaciones parece ser muy diáfano y digerible lo relacionado con los aspectos técnicos de las comunicaciones, pero, en lo que compete al posible control de los contenidos y las informaciones, inmediatamente, se activan las alarmas de los periodistas y los medios, por las posibles afectaciones a los derechos a la expresión, la información y a la libertad de prensa.

En lo que corresponde al eje de preguntas que indagan por la necesidad, viabilidad, obstáculos y posibilidades para concertar acciones de autorregulación mediática e informativa en Colombia, en términos generales, se reconocen las bondades de la “autorregulación”, pero, siempre y cuando, provenga como una iniciativa de los medios y de los propios periodistas.

Frente a la viabilidad de implementar mecanismos de autorregulación, la diferencial se encuentra relacionada con la naturaleza del medio y la disposición de los periodistas.

Así, en los canales alternativos y públicos, no se encontró mayor dificultad, salvo, por las eventuales interferencias políticas e ideológicas, al tratarse de medios que, de una parte, dependen del debate ideológico en las organizaciones sociales; y, de otra parte, por cuanto, los operadores públicos constituyen empresas del Estado, cuya administración depende del resultado de la contienda electoral en los entes territoriales.

En los medios privados, la viabilidad de la autorregulación se encontró interferida por los eventuales impactos económicos de las medidas; la incidencia de las prácticas periodísticas y rutinas de trabajo cotidianas; los escasos recursos financieros y humanos para apalancar iniciativas de esta naturaleza; así como la falta de bibliografía pertinente y de organizaciones con finalidades educativas que

tengan dentro de su oferta la específica formación en autorregulación de la información y los medios.

En una dimensión más individual y personal, se enunció que, un posible obstáculo para la autorregulación podría estar constituido por la resistencia y la receptividad que pudieran tener algunos periodistas frente a la crítica externa y la reflexión personal y colectiva sobre su quehacer en los medios.

Finalmente, sobre la posibilidad de concertación entre los medios para el desarrollo de actividades de autorregulación las opiniones estuvieron divididas, el 52% consideran que sería ideal un consenso entre medios, mientras que el 48% restante opina lo contrario.

Aun cuando, se mostró una disposición generalizada al diálogo, no fue unánime la idea de concertar para estandarizar medidas de autorregulación, dado que, si bien es cierto, se reconocen las bondades de la autorregulación, la cual, incluso se advierte como un activo instalado tácitamente en las prácticas periodísticas y comunicativas de algunos medios, se considera que las medidas autorregulatorias, son un asunto que compete a cada medio, según su naturaleza y proyecto comunicacional específico.

## 8. RECOMENDACIONES FINALES

- Hay un camino importante por recorrer en el sentido de identificar un criterio de autorregulación que aglutine a los actores del mercado en Colombia y que les muestre como ejemplo y para el caso que se conoce, la experiencia de autorregulación de Suecia, que se ejerce a través del *Ombudsman de los medios de comunicación* como punto de partida para pensar en un proyecto de implementación de un sistema de autorregulación de medios en Colombia.
- Sería muy valioso para el sector realizar un trabajo conjunto con los medios respecto a qué son buenas prácticas periodísticas, qué es actuar en el marco de la legalidad y qué consideran ético en este ejercicio de informar, atendiendo a que utilizan indistintamente estas tres variables en la respuesta sobre sus prácticas internas de autorregulación.
- Hay una oportunidad para que se construyan manuales conjuntos o individuales de buenas prácticas o de autorregulación para el ejercicio periodístico.
- Se evidencia un interesante campo de trabajo con los medios que consideran que definitivamente la autorregulación les otorgaría valor, por lo que un trabajo conjunto de generar políticas de mejores prácticas parece ser un ejercicio esperado por todos.
- Examinadas las consideraciones y los aportes suministrados por los agentes entrevistados, así como valorada la experiencia adquirida por el equipo ITP-2019, se encuentra que una estrategia para la implementación de la autorregulación de la información, las comunicaciones y los medios en Colombia, podría considerar los siguientes ejes de acción:
  - Difusión de la Caja de Herramientas de Autorregulación para todos los medios.
  - Formulación de estudios e investigaciones sobre la autorregulación en el país.
  - Diseño y oferta de acciones de formación, presencial y virtual, sobre autorregulación.
  - Estructuración de un espacio de conversación permanente entre agentes del sector sobre regulación y autorregulación.
  - Diseño e implementación de un laboratorio de intercambio, sistematización y exploración de acciones de autorregulación.