

INTERNATIONAL TRAINING PROGRAM (ITP)

AUTORREGULACIÓN DE MEDIOS EN UN
MARCO DEMOCRÁTICO

GUÍA DE IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS AUTORREGULATORIAS PARA EL CUBRIMIENTO DE INFORMACIÓN ELECTORAL

CUARTA COHORTE COLOMBIA

Luis Felipe Hincapié Uribe - Canal Teleantioquia

Mario Mantilla Barajas - Canal TRO

Sebastián Mantilla - Asociación Nacional de Anunciantes

Silveth Mitchell Archbold - Canal Teleislas

Sergio Urquijo Morales - Comisión de Regulación de Comunicaciones

Facilitadora: Marisol Cano Busquets



Asdi

NIRÁS

FOJO:
MEDIA INSTITUTE
Linneus University



IMS
GOOD JOURNALISM | BETTER SOCIETIES



Esta guía es el resultado del trabajo de la Cuarta Cohorte del Programa Internacional de Capacitación Avanzada Autorregulación de Medios en un Marco Democrático, promovido por la Agencia Sueca de Cooperación Internacional, Fojo Media Institute, Niras, Global Reporting e International Media Support.

Para lograrla, el equipo de la cohorte 4 del ITP en Colombia recorrió un camino que fue desde la revisión del trabajo de las anteriores cohortes y el planteamiento de un problema y área de cambio, hasta la generación de este recurso de apoyo para los medios que quieran unirse al esfuerzo de la autorregulación en el país.

El problema detectado fue la falta de implementación de prácticas sistemáticas y sostenidas de autorregulación por parte de los integrantes del ecosistema mediático colombiano.

Como objetivo, el equipo de la Cuarta Cohorte se propuso generar una Guía para que los medios hallen más factible y sencillo implementar estrategias de autorregulación en uno de los campos más delicados, importantes y controversiales del trabajo periodístico: el cubrimiento de temas políticos en tiempos electorales.

El contenido de esta cartilla se generó a partir de una serie de conversaciones, entrevistas individuales y grupos focales realizados con periodistas, editores, directivos de medios y expertos en áreas de la comunicación.

Mediante estos ejercicios se logró conocer y compilar experiencias de medios nacionales que sus representantes consideran exitosas, que, complementadas con algunas experiencias internacionales y con el trabajo de los anteriores ITP, permite elaborar pautas para su implementación, específicamente en el cubrimiento de información electoral.

Claves de implementación de estrategias autorregulatorias para el cubrimiento de información electoral



El trabajo del ITP 4 detectó cuatro grandes tipos de estrategias que son consideradas por los medios como las más eficientes y que ofrecen mayor posibilidad de sostenerse en el tiempo:

- Manuales y lineamientos
- Consejos de redacción y reuniones
- Capacitación, actualización y acompañamiento
- Verificación de información, datos y fuentes

Las infografías siguientes buscan que los medios interesados tengan un mapa fácil de recorrer con los principales hallazgos y recomendaciones dirigidos de este proyecto. El trabajo del ITP 4 detectó cuatro grandes tipos de estrategias que son consideradas por los medios como las más eficientes y que ofrecen mayor posibilidad de sostenerse en el tiempo:





Manuales y lineamientos

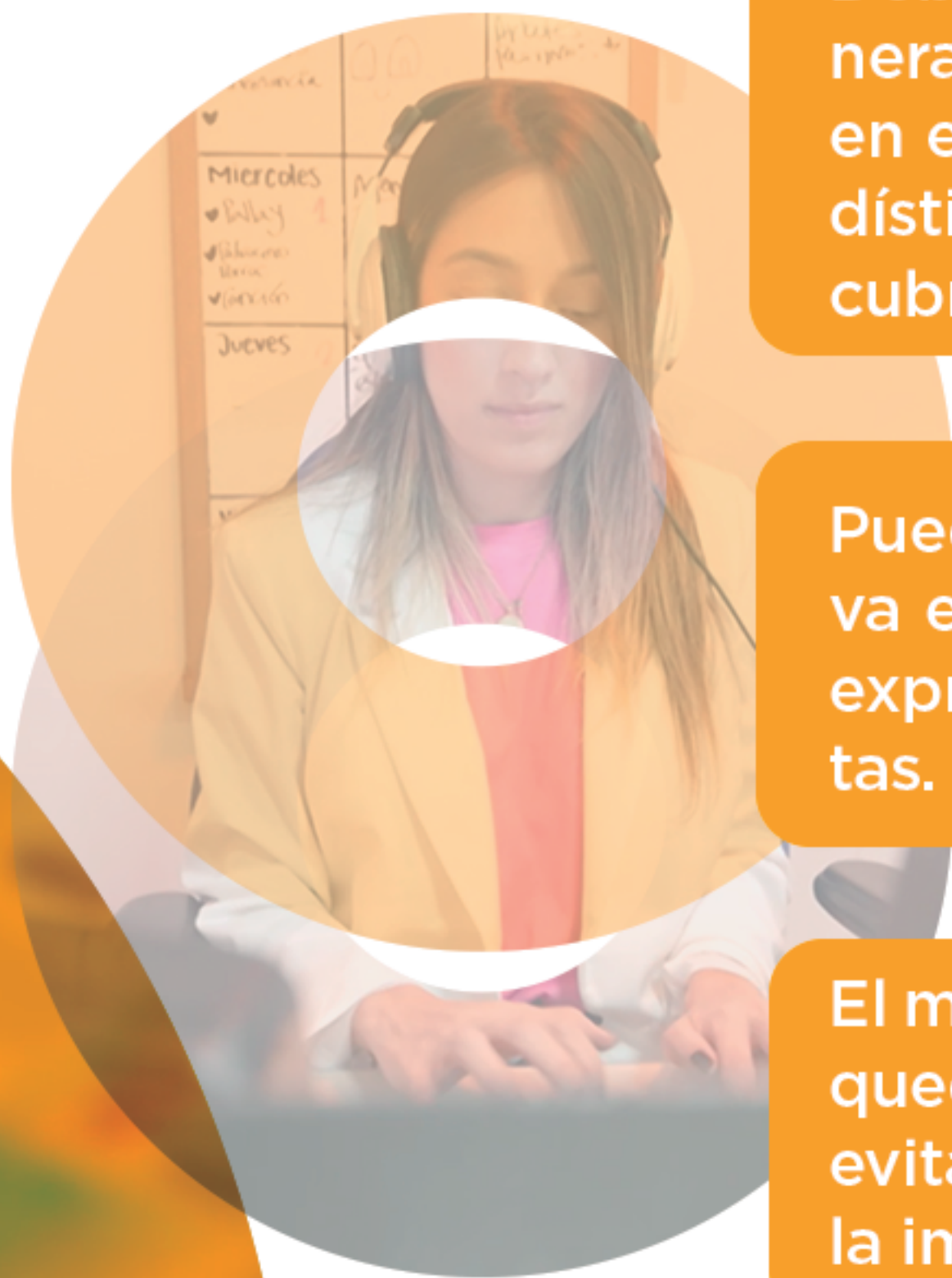
Descripción

Documentos que consignen lineamientos, claves, pasos y principios para guiar el trabajo periodístico en tiempos electorales y apoyar la toma de decisiones por parte de periodistas, editores y directivos.

Deben ser muy concretos y sucintos, dado que no son una guía general, sino una relación de puntos muy específicos a tener en cuenta en estas temporadas, con énfasis en los aspectos de la labor periodística que son diferenciales respecto a otras áreas que el medio cubre.

Pueden contener una síntesis comprensiva de la legislación normativa existente en comunicación en tiempos electorales y libertad de expresión, que sirva para consulta rápida por parte de los periodistas.

El motor ético, filosófico y estético del medio de comunicación debe quedar explícito e impregnar estos documentos. De esta manera se evitan o minimizan las confusiones y malas interpretaciones durante la implementación de la estrategia.



Cómo implementarlo

Existen códigos y manuales de medios y organizaciones que pueden ajustarse bien a las necesidades del medio, o adaptarse. No es necesario crear uno nuevo.

En caso de decidir crear un código o manual para el medio, este puede ser generado de forma colectiva en la organización, partiendo de las inquietudes y experiencias de los periodistas y demás colaboradores, lo que puede generar más apropiación del recurso.

También debe contemplarse que un documento por sí solo no tiene efecto en la calidad del trabajo realizado. Para que haya apropiación, debe establecerse una estrategia de difusión y sensibilización del documento entre el personal de la organización, especialmente entre quienes no hayan participado en su construcción.



Dificultades

Documentación, sistematización y evaluación

Se debe contemplar que la ética periodística no está en los códigos. Un manual o guía solo puede potenciar u organizar competencias previas y reflexiones propias de los periodistas.

Las actualizaciones de este tipos de documentos pueden generar confusión, sobre todo si contienen aspectos temporales (referidos a una época electoral específica). Debe tenerse especial cuidado con la denominación de cada versión y con la forma como se archivan y disponen.

Es adecuado revisar (idealmente, de forma colectiva con el personal periodístico) los manuales antes de cada temporada electoral con el fin de hacer cualquier adaptación, temporal o permanente, sobre aspectos específicos de la coyuntura política, novedades normativas o decisiones internas del medio de comunicación.



Consejos de redacción y reuniones

Los consejos de redacción o editoriales pueden ser el espacio más natural de la autorregulación, siempre que los temas éticos sean parte de la esencia de la estructura y función misma del consejo o reunión.

Cómo implementarlo

En medios de cubrimiento diario, pueden hacerse una vez al día, o antes de cada emisión principal o emisión especial especiales.
En medios de cubrimiento periódico y de análisis, debe asegurarse una periodicidad para dichos encuentros.

No es tan adecuado construir comités de ética, sino mantener la ética y la regulación como un tema transversal a todos los puntos que se trabajen en un consejo regular.

Es fundamental incluir a los periodistas en los debates y discusiones que se den en temas éticos, y promover espacios en los que estos diálogos se lleven a cabo con periodistas de otros medios, académicos y ciudadanos.



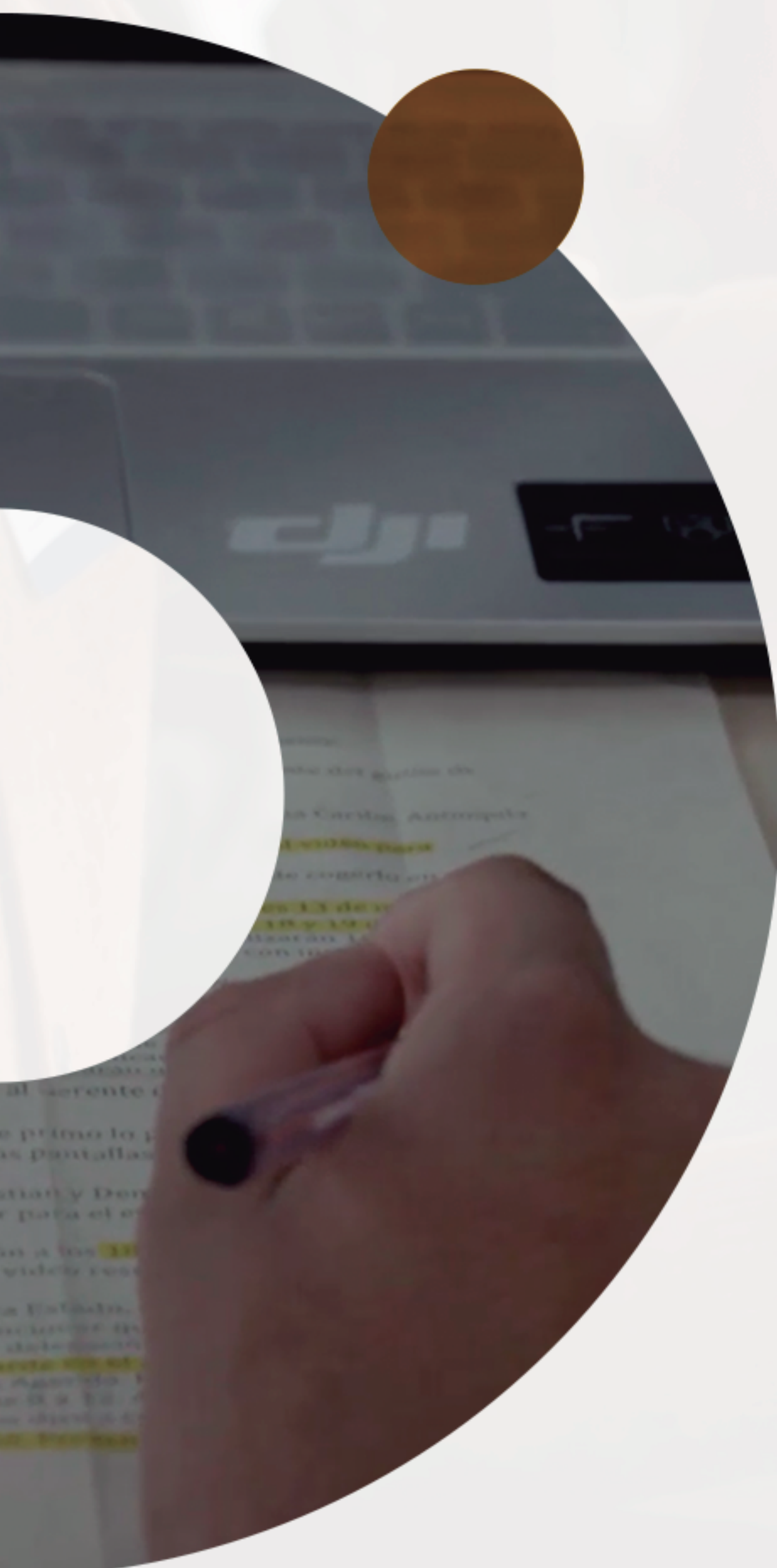
Dificultades

Ante el volumen de información electoral y la velocidad que exige a los medios, los comités suelen quedar copados por la definición de la agenda noticiosa y por asuntos operativos, que no dejan espacio a la reflexión ética.

Documentación, sistematización y evaluación

Las conclusiones de los debates y los resultados de las decisiones tomadas en los consejos o reuniones deben sistematizarse y divulgarse para que hagan parte del corpus ético del medio.

Es ideal contar con unos estatutos o lineamientos, concisos y breves, que guíen la composición, conformación y operación del consejo.



Capacitación, actualización y acompañamiento

Descripción

Hay varias estrategias de formación y acompañamiento a los periodistas en la labor de cubrimiento electoral: las inducciones a nuevos periodistas, reinducciones para todo el personal, capacitaciones periódicas, capacitaciones específicas en temas electorales, intercambio de conocimiento con otros medios y entidades.

Las inducciones son un recurso importante. Debe haber un material y una agenda clara de inducción, no limitarse a una presentación del medio y de sus procesos.





Cómo implementarlo

Es adecuado que los medios cuenten con acompañamiento o asesoría pedagógica para que las inducciones y capacitaciones sean eficientes.

Es importante mantener a todo el equipo actualizado tanto en la normatividad electoral como en asuntos coyunturales de cada temporada electoral. Para ellos es ideal que una persona de la organización, preferiblemente el editor del área política o los asesores jurídicos, hagan un mapeo de las novedades

Dificultades

Los ritmos de trabajo en medios, y el cruce de agendas de periodistas y equipos de trabajo, especialmente en época electoral, hacen difícil encontrar los espacios para las actividades de capacitación.

Documentación, sistematización y evaluación

Se recomienda disponer los recursos de formación y capacitación (documentos, videos, guías, talleres) en un repositorio donde pueda ser consultados con facilidad por los periodistas del medio.



Verificación de información, datos y fuentes

Descripción

Es un principio fundamental del buen periodismo que toda información que llegue a un medio de comunicación como posible insumo o fuente periodística debe ser verificada.

Sin embargo, en época electoral la verificación se hace mucho más importante y, además, presenta algunos desafíos específicos que requieren a su vez técnicas diferenciales.

También existe una verificación técnica para garantizar que los términos que se usen en una nota de análisis correspondan al sentido aportado por los expertos consultados.



Cómo implementarlo

La verificación es un ejercicio complejo que implica muchas herramientas de tipo logístico, analítico, periodístico, científico y tecnológico.

Es ideal que la organización haga un mapeo de los sistemas y metodologías de verificación ya existentes. Algunos pueden ser apropiados, e incluso específicos para el cubrimiento de temas electorales, pero también puede que sea necesario adaptarlos a las características del medio y del contexto.

Dificultades

La verificación es una tarea compleja y dispendiosa. Incluso existen organizaciones completamente enfocadas en esta labor. Por eso un medio periodístico debe determinar desde el inicio el nivel de profundidad al que llegará con la verificación para que no se convierta en un desgaste ni se haga inviable.

Documentación, sistematización y evaluación

Es necesario registrar y organizar los procesos exitosos propios de cada medio, aquellos donde la ética periodística haya contribuido a mejorar alguna práctica periodística.

Las metodologías y estrategias de verificación, especialmente los que se apoyan en sistemas tecnológicos, cambian con velocidad, por lo que es ideal desarrollar una forma dinámica de disponer la información y mantener actualizado al personal periodístico.

GUÍA DE IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS AUTORREGULATORIAS PARA EL CUBRIMIENTO DE INFORMACIÓN ELECTORAL

INTERNATIONAL TRAINING PROGRAM (ITP)

AUTORREGULACIÓN DE MEDIOS EN UN
MARCO DEMOCRÁTICO



Asdi

NIRÁS

FOJO:
MEDIA INSTITUTE
Linneus University



IMS
GOOD JOURNALISM | BETTER SOCIETIES