

Para citar este artículo: Hormazábal, C. (2024). *Media accountability* en Chile: la ‘tradicción oral’ como instrumento de autorregulación. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social “Disertaciones”*, 17(2). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.13219>

MEDIA ACCOUNTABILITY EN CHILE: LA ‘TRADICIÓN ORAL’ COMO INSTRUMENTO DE AUTORREGULACIÓN

Media Accountability in Chile: The ‘Oral Tradition’
as a Self-Regulation Instrument

Media accountability no chile: a ‘tradição oral’
como instrumento de autorregulação

Constanza Hormazábal, Universidad UNIACC
constanza.hormazabal@uniacc.cl

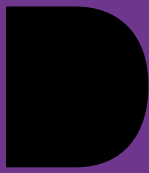
Recibido: 30 de abril de 2023

Aprobado: 28 de noviembre de 2023

Fecha de prepublicación: 15 de febrero de 2024

RESUMEN

El concepto de *media accountability* aborda la responsabilidad de los medios frente a las audiencias y cuáles son los mecanismos e instrumentos para que rindan cuentas frente a la ciudadanía en una sociedad democrática. Sin embargo, desde su función pública, la prensa podría no cumplir su rol normativo y generar daños sin transgredir la ley. Los instrumentos de *media accountability* permiten salvaguardar la calidad del ejercicio periodístico, fortalecer el desempeño ético y la conciencia profesional, para recuperar la credibilidad, legitimidad y confianza de la opinión pública. Ante los escasos estudios en esta materia en Chile, la presente investigación busca conocer, desde la mirada de los directores y editores de medios de comunicación en el país, el grado de conocimiento y la percepción acerca de indicadores de *media accountability* de la prensa en este, en específico la autorregulación. A partir de un



estudio exploratorio de metodología cualitativa, se realizaron once entrevistas semiestructuradas a responsables de medios de televisión, diarios, radios y digitales del país, quienes dieron cuenta de su visión acerca de cuáles son los mecanismos de autorregulación que existen en Chile, observándose que tales mecanismos se caracterizan por un predominio de la oralidad como un instrumento de autorregulación, una ausencia de otros mecanismos, como los descritos en la literatura, y la identificación de elementos que no son parte de estos instrumentos.

Palabras clave: rendición de cuentas; autorregulación; periodismo; ética; medios de comunicación; *media accountability*; Chile.

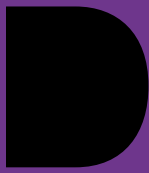
ABSTRACT

The concept of media accountability encompasses the responsibility of the media toward the audiences as well as the mechanisms and instruments that can be used to hold media accountable to citizens in a democratic society. However, from its public function, the press cannot fulfill its regulatory functions and may create damage without violating the law. Through media accountability instruments, journalists can safeguard the quality of their work, strengthen their ethical compliance, and gain public trust to restore their credibility, legitimacy, and reputation. This study seeks to understand, from the perspective of media directors and editors in Chile, the extent of knowledge and perception of media accountability indicators of the press in Chile, particularly self-regulation, given the limited number of studies on this subject. Based on an exploratory study using qualitative methodology, we conducted eleven semistructured interviews with media professionals from the country's television, newspapers, radio, and digital platforms. They shared their perspectives on self-regulation mechanisms present in Chilean media. The findings revealed that these mechanisms are characterized by a prevalence of orality as a tool for self-regulation, absence of other mechanisms such as those described in the literature, and identification of elements that are not part of media accountability instruments.

Keywords: Accountability; self-regulation; journalism; ethics; media; media accountability; Chile.

RESUMO

O conceito de *media accountability*, aborda a responsabilidade dos meios de comunicação social para com as audiências e quais são os mecanismos e instrumentos para torná-los responsáveis perante os cidadãos numa sociedade democrática. Porém, a partir de sua função pública, a imprensa poderia não cumprir seu papel regulador e gerar danos sem violar a lei. Os instrumentos de responsabilização dos meios permitem salvaguardar a qualidade da prática jornalística, reforçar o desempenho ético e a consciência profissional para recuperar a credibilidade, a legitimidade e a confiança da opinião pública. Dados os poucos estudos sobre este tema no Chile, esta pesquisa busca compreender, a partir da perspectiva dos diretores e editores de mídia do país, o grau de conhecimento e percepção sobre os indicadores de responsabilidade midiática da imprensa no Chile, especificamente



a autorregulação. Com base em um estudo exploratório de metodologia qualitativa, foram realizadas onze entrevistas semiestruturadas com responsáveis de televisão, jornais, rádio e meios digitais do país, que deram conta da sua visão sobre os mecanismos de autorregulação existentes no país, onde se observa que os mecanismos de autorregulação no Chile são caracterizados pelo predomínio da oralidade como instrumento de autorregulação, pela ausência de outros mecanismos como os descritos na literatura, e, pela identificação de elementos que não fazem parte destes instrumentos.

Palavras-chave: responsabilização; autorregulação; jornalismo; ética; mídia; *media accountability*; Chile.

Introducción

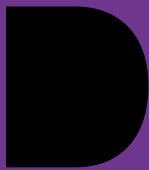
La discusión acerca del rol de los medios de comunicación tiene una larga data, en la que se ha debatido acerca de sus derechos, libertades y, sobre todo, responsabilidades. El concepto de *media accountability*, o rendición de cuentas de la prensa, aborda con mayor énfasis la responsabilidad de los medios frente a las audiencias y cuáles son los mecanismos e instrumentos para que rindan cuentas frente a la ciudadanía (Bertrand, 2000; McQuail, 2010).

Sin embargo, el periodismo, desde su función pública, puede cometer errores u omisiones que afectan la confianza de las audiencias y, por ello, surge el establecimiento de mecanismos que permitan salvaguardar la calidad del ejercicio periodístico, fortalecer el desempeño ético y la conciencia profesional, para recuperar la credibilidad, legitimidad y confianza de la opinión pública (Bastian, 2019; Camaj, 2023; Koliska, 2022; Ward & Wasserman, 2010).

Entendiendo el rol único que cumple la prensa en las sociedades democráticas, la literatura acerca de *media accountability* ha profundizado acerca de cómo abordar el concepto y su articulación práctica, no exento de complicaciones por la variedad de actores e implicancias que inciden no solo en el ejercicio profesional, sino entre quienes reciben el resultado final del proceso informativo (Bardoel & D'Haenens, 2004; Von Krogh, 2012).

En Chile, la *media accountability* ha sido poco explorada en investigaciones académicas, considerando además que las experiencias en materia de autorregulación a nivel local son recientes, en atención a la realidad del país en las últimas décadas (Greene & Lecaros, 2020). Ello cobra relevancia si los niveles de confianza hacia la prensa por parte de la opinión pública han descendido desde 2019 (CEP, 2022).

Esta investigación busca aproximarse al estado de la *media accountability* en Chile desde uno de sus actores: los medios de comunicación. Para este estudio se recogió la mirada de los directores y editores de prensa acerca de cómo perciben los instrumentos de rendición de cuenta en los medios en que se desempeñan, en específico la autorregulación, como también su visión del contexto a nivel de sistema de medios en el país.



A partir de lo anterior, se busca analizar el grado de conocimiento y la percepción de los entrevistados en materia de autorregulación, lo que permitirá describirla y caracterizarla, entendiendo que tanto directores como editores son los principales responsables de la información que diariamente entrega la prensa. Por medio del método cualitativo y de entrevistas semiestructuradas de carácter confidencial, se analiza el grado de conocimiento y percepción de la autorregulación en Chile a partir de la visión de once directores y editores de medios de comunicación.

Los datos obtenidos permiten concluir que los mecanismos de autorregulación en Chile se caracterizan por un tratamiento oral en el establecimiento de normas y pautas éticas para la función informativa, por lo que escasean los documentos escritos, tal como lo describe la teoría. Así mismo, vinculan con la autorregulación la línea editorial o la cultura organizacional, que son más bien distantes a la propuesta normativa.

1. Revisión de literatura

1.1. *Media accountability* y autorregulación

McQuail (2010) sostiene que la *media accountability* no es una definición fácil porque la intención es ampliar el ámbito de aplicación, considerando que gran parte de la actividad de los medios no recae en el poder público y, por ello, establece que “son todos los procesos voluntarios o involuntarios por los cuales los medios responden directa o indirectamente ante la sociedad y los afectados inmediatos por la calidad y/o consecuencias de la publicación” (p. 206).

La función de la prensa en las sociedades democráticas que permitan resguardar un sistema de medios libre y pluralista requiere que los medios ejerzan su labor con responsabilidad ante la sociedad sin un control externo (Fengler, 2019). De esta manera, el concepto de *media accountability*, a partir del planteamiento de McQuail (2003), apunta a una comunicación responsable que existe si sus autores asumen esa responsabilidad por la calidad y las consecuencias de lo que publican, se orientan a las audiencias y logran responder a las expectativas de una sociedad.

Porlezza y Di Salvo (2020) establecen que el concepto de rendición de cuentas trasciende un enfoque más bien estrecho acerca de responsabilidad de los medios y se refiere a un marco más amplio sobre la noción de responsabilidad pública que implica compromiso, participación y demostración, más que rendir cuentas por el propio desempeño de los medios hacia la sociedad.

Las consecuencias del rol informativo de la prensa son un elemento clave en el debate de este concepto, dado que desde su función normativa los medios de comunicación pueden no cumplir esa expectativa, cuando “los periodistas toman decisiones que causan daños emocionales, físicos, financieros o fatales; dicho daño se integra en funciones periodísticas” (Elliott & Ozar, 2010, p. 10) y, de esta manera, “los medios pueden causar daños graves sin violar la ley” (Bertrand, 2000, p. 22). Además, en el desempeño de sus funciones, el trabajo de la prensa suele ir acompañado de críticas cuando los periodistas no siempre aciertan al contar una historia y en ocasiones omiten voces o puntos de vista relevantes (Robertson, 2023).

Por tal razón, la necesidad de establecer medios efectivos que permitan evaluar y salvaguardar la calidad del desempeño periodístico, para Fengler et al. (2021), es indiscutible, pero plantea que aún sigue siendo cuestionable qué tipo de instrumentos y mecanismos pueden prometer un impacto sostenible en la búsqueda de ese objetivo. Uno de esos instrumentos es la autorregulación, que es considerada un pilar importante para la rendición de cuentas de los medios (Bastian, 2019), cuyo estudio es anterior al concepto de *media accountability*.



El concepto de autorregulación en el ejercicio periodístico surge como una necesidad para establecer la independencia de la función del periodismo en sociedades democráticas frente a regulaciones que puedan ser impuestas desde el exterior, principalmente de carácter político o estatal, y que incidirían en la libertad de prensa (Aznar, 1999; Campbell, 1999; Ortega, 2017; Suárez-Villegas, 2015).

Lo anterior, para Desantes (1973), no solo se justifica para hacer frente a otras regulaciones externas, “sino en beneficio del interés público al que la prensa debe servir” (p. 47), a través de una capacidad de control sostenida en el tiempo, por medio de normas y pautas de comportamientos que se mantienen de manera estable y que son voluntarias entre quienes participan en el proceso de comunicación, lo que complementa la libertad de los medios con su uso responsable (Aznar, 1999, 2005).

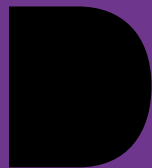
Una de las razones para distinguir la autorregulación de una regulación externa radica en que el periodismo tiene entre sus funciones la de servir de control al poder, por lo cual no es aconsejable un control jurídico excesivo (Ortega, 2017), lo que además resultaría contraproducente para el trabajo de los periodistas como “perro guardián” (Suárez-Villegas, 2015). Frente a la discusión de autorregulación y regulación, Campbell (1999) plantea un acercamiento que permite confluir ambas, al proponer que “el término ‘autorregulación’ significa que la industria o profesión, y no el gobierno, está haciendo la regulación” (p. 715).

Para velar por el cumplimiento de esta autorregulación, es necesaria llevarla a cabo “mediante el establecimiento de códigos de conducta y organizaciones como consejos de prensa para monitorear e imponer sanciones por la violación de dichos códigos de conducta” (Fengler et al., 2014, p. 21). Aznar (1999) vincula la autorregulación con la deontología, como aquella que “se encarga de reflexionar sobre la dimensión moral de una determinada actividad y de precisar las normas éticas que deben guiarla” (p. 12). Para comprender cómo puede articularse ese orden normativo, Real Rodríguez (2008) identifica diferentes iniciativas y organismos, cuyo orden normativo se tiene que traducir en herramientas e instancias tales como códigos deontológicos, consejos de prensa o de la información, observadores de medios de comunicación, defensores de la audiencia, estatutos de redacción, códigos internos y libros de estilo.

Acerca de la autorregulación y la *media accountability*, Bertrand (2005) aclara que este último concepto puede confundirse con autorregulación, que por cierto lo incluye, pero es aún más amplio, ya que la autorregulación implica que estas reglas responden a una “autodisciplina por temor a que un gobierno establezca restricciones legislativas a su libertad de empresa, tomando como pretexto la hostilidad pública hacia los medios” (p. 1), a diferencia del concepto de *media accountability*, en el cual la prensa es responsable ante el público e involucra a los medios de comunicación, a la profesión y al público.

En cuanto al alcance de los estudios, sin duda Europa registra el mayor desarrollo con una medición del estado de la *media accountability* que contribuye a la discusión teórica y al análisis de sistemas para favorecer la difusión de instrumentos de medición (Eberwein et al., 2011; Eberwein et al., 2017, 2019). Posteriormente, con *The Global Handbook of Media Accountability* (Fengler et al., 2021) entregan el informe más amplio con el estado de 44 países, con el objetivo desoccidentalizar la discusión.

El estudio “Indicadores para evaluar la rendición de cuentas en los medios de comunicación”, de Mauri-Rios et al. (2022), aborda la capacidad de transparencia de los medios, la participación de los usuarios y la autorregulación en medios de Europa, América del Norte y América Latina (incluido Chile). Los resultados de la investigación permiten confirmar que existe una aceptación del concepto de rendición de cuentas en medios



occidentales, pero plantea la necesidad de desarrollar futuras investigaciones con diferentes áreas geográficas y diversas culturas periodísticas.

1.2. Situación en Chile

La autorregulación de la prensa en Chile surge en 1968 con la Carta de Ética del Colegio de Periodistas, que nace como respuesta a la oposición de las empresas de medios frente a las restricciones legales en el país, producto de la llamada “Ley Mordaza” (Lecaros, 1991). Los 22 artículos de la Carta establecen lineamientos que siguen vigentes hasta el día de hoy y el actual Código de Ética del Colegio de Periodistas define las normas de comportamiento, valor y procedimiento respecto al desempeño profesional correcto y socialmente valioso (Colegio de Periodistas de Chile, 2015).

Este código solo rige para los periodistas colegiados y establece sanciones, las que únicamente son de carácter moral y en ningún caso impiden el ejercicio de la profesión. En ese sentido, el poder de acción que posee el Colegio de Periodistas se restringe al número de afiliados que tiene, el cual no supera al 10% de los profesionales que actualmente ejercen, lo que deriva del carácter voluntario de la colegiatura (García, 2010).

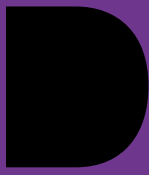
El surgimiento de otros instrumentos de autorregulación está estrechamente vinculado con la historia política del país, que, tras el retorno a la democracia y una efervescencia por corregir lo relacionado con la libertad de prensa (Greene & Lecaros, 2020), permitió la creación del Consejo de Ética de los Medios de Comunicación Social, bajo el alero de la Federación de Medios de Comunicación Social de Chile, que agrupa a las tres asociaciones más grandes de los medios de comunicación chilenos: Asociación Nacional de la Prensa (ANP), Asociación de Radiodifusores de Chile (Archi) y Asociación Nacional de Televisión (Anatel).

De los instrumentos de regulación en Chile, vinculados al ejercicio de los periodistas y medios de comunicación, el principal de ellos es la Ley sobre Libertad de Información, Opinión y Ejercicio del Periodismo 19733, más conocida como Ley de Prensa, que fue promulgada en 2001 e implicó un importante avance en el país al reconocer la libertad de expresión; consagrar la libertad para fundar, establecer, operar y mantener medios de comunicación; consagrar el secreto profesional; establecer la cláusula de conciencia; definir quiénes son periodistas; y eliminar aspectos que impedían una total libertad de información (Ley 19733).

Otra entidad vinculada a la regulación es el Consejo Nacional de Televisión (CNTV), creado en 1992, encargado de velar por el buen funcionamiento de todos los servicios de televisión que operan en el país. Entre sus atribuciones, el CNTV supervisa el correcto funcionamiento de los canales de televisión, a través de la recepción de denuncias ciudadanas por la emisión de contenidos que consideren inapropiados y dañinos (CNTV, 2022).

En la actualidad, en Chile convive un doble sistema de autorregulación: uno para los periodistas, pero con escasa participación; y otro para los medios de comunicación, que agrupa a la gran mayoría. Esto también cohabita con una cultura legalista que ha incidido en que el sistema de rendición de cuentas de la prensa esté establecido principalmente en el ordenamiento jurídico, lo que repercute de manera desfavorable en el desarrollo de mecanismos voluntarios de responsabilidad de la prensa (Gutiérrez & Hormazábal, 2022).

Esa suerte de judicialización coexiste con una experiencia más reciente en materia de autorregulación, ya que antes del retorno a la democracia esos mecanismos eran más bien ajenos, pues, según Greene y Lecaros (2020), “la autorregulación no formaba parte de la tradición chilena” (p. 8); y, además, el factor cultural en Chile



hacia la autorregulación da cuenta de dos características: un excesivo apego a la ley que genera dudas del éxito de instrumentos de autorregulación y que la autorregulación de los medios respondería más bien a un momento histórico del país.

Según Fengler et al. (2021), Chile posee un modelo profesional de responsabilidad de los medios y es parte del grupo de países con una plena democracia. Sobre la base de categorías descriptivas, se considera a un país con un modelo profesional a aquel que cuenta con sólidos sistemas de radiodifusión pública, pero también podrían tomarse en cuenta ejemplos de modelos empresariales de responsabilidad de los medios, practicados por organizaciones de la prensa.

Para un análisis de la situación en el país, lo anterior resulta de gran relevancia para comprender la convivencia de los sistemas de autorregulación y regulación vigentes, que, si bien se han establecido en función del momento histórico del país, también responden a factores culturales.

2. Metodología

Sobre la base de la mirada de sus directores y editores, el presente estudio tiene las siguientes preguntas de investigación:

- ¿Cómo describen y caracterizan los instrumentos de autorregulación en medios de comunicación que den cuenta del estándar de la prensa local?
- ¿Cuál es el grado de conocimiento y la percepción de los directores y editores de medios comunicación en materia de *media accountability* en los medios en los que desempeñan su labor?
- ¿Existen elementos que influyen en el establecimiento y desarrollo de la *media accountability* en los medios de comunicación en Chile, específicamente en la autorregulación?

A partir de ello, el método escogido es cualitativo, dado que permite comprender el significado que las personas otorgan a un problema social y su énfasis está en las palabras, más que en la cuantificación (Bryman, 2012; Creswell, 2017), aspectos que resultan fundamentales para identificar a través de esas palabras la percepción de los directores y editores, lo que permite construir un relato acerca del tema de estudio.

Así mismo, en lo cualitativo predomina un enfoque inductivo en la relación entre teoría e investigación y en las formas en que las personas interpretan su mundo social (Bryman, 2012). Esta característica resulta de vital importancia para el análisis de los datos y la relación con el marco teórico, que permitan la construcción de hallazgos.

La técnica para la recopilación de información es la entrevista semiestructurada, en la cual el entrevistador tiene una lista de preguntas específicas y el entrevistado, un gran margen de maniobra para responder (Bryman, 2012). Al no ser un cuestionario estructurado con opciones para determinadas respuestas, sino más bien una conversación que permite indagar acerca de las experiencias de los directores y editores de medios de comunicación, sobre la base de la percepción y el punto de vista de los entrevistados, en ningún caso generaría una única respuesta.



El tipo de investigación es exploratoria dada la escasez de estudios en esta materia. Como se observa en la revisión de la literatura, los estudios de *media accountability* tienen un mayor desarrollo en Europa y aquellos más próximos en América Latina plantean la necesidad de abordar esta temática. Además, la responsabilidad de la prensa frente a las audiencias es una oportunidad para conocer la materia en estudio desde la perspectiva de quienes tienen a su cargo, precisamente, esa responsabilidad.

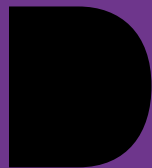
La muestra es no probabilística e intencional, dado que permite muestrear participantes de manera estratégica y que sean relevantes para la pregunta de investigación (Bryman, 2012). Este criterio se consideró para establecer de manera intencional a los participantes que permitieran tener una selección de diferentes medios de comunicación en Chile, en cuanto a formato, trayectoria, línea editorial y público objetivo. En estos medios se entrevistó a quienes tuvieran el cargo de director o editor general. Si bien directores y editores de medios de comunicación cumplen funciones distintas, para efectos de esta investigación son considerados similares, entendiendo el grado de responsabilidad que tienen en los flujos de trabajo para que la prensa cumpla con su función informativa.

Para determinar la muestra, se consideró, en primer lugar, a los medios de comunicación en Chile de la Región Metropolitana, sobre la base de la cobertura a nivel nacional, en función de aquellos afiliados a la Federación de Medios de Comunicación Social (Archi, ANP y Anatel) que cuenten con departamento de prensa; y, como segundo factor, el *ranking* de consumo de noticias digitales en Chile de Reuters (Newman et al., 2021). La justificación de lo anterior radica en que la Federación de Medios de Comunicación Social cuenta con una instancia de autorregulación (Consejo de Ética) y el *ranking* realizado por Reuters considera aspectos relacionados con la participación de audiencia y confianza, lo que está vinculado a los instrumentos de *media accountability*.

A partir de esto, se escogieron a directores y editores entre los siguientes 33 medios de comunicación: Canal 13, Chilevisión, CNN Chile, Mega, TVN, Radio Cooperativa, Radio Agricultura, Tele13 Radio, Radio Sonar, Radio Oasis, Radio ADN, Radio Pauta, Radio Duna, Radio Futuro, Radio Concierto, Radio Universo, Radio Usach, Radio La Clave, *La Tercera*, *Diario Financiero*, *La Segunda*, LUN, *El Mercurio*, *Publimetro*, *HoyxHoy*, *La Cuarta*, *Ciper*, EMOL, *EX-Ante*, *El Líbero*, CNN Chile, *The Clinic* y *El Mostrador*.

Investigar desde la mirada de los directores y editores de medios de comunicación fue sumamente desafiante, no solo por el acceso y lo complejo de sus tiempos, resultó complejo porque las preguntas implicaban no solo ahondar en la praxis de una sala de redacción, sino también en la intimidad de las discusiones y las decisiones que toman día a día, aspectos que no son de público conocimiento, ni siquiera cuando tienen que rendir cuentas ante un organismo de autorregulación o regulación. Por tal razón, las entrevistas realizadas tienen carácter anónimo, para que se explayaran en la conversación con libertad y tranquilidad.

En la tabla 1 se detallan los participantes y se identifican características generales. Cabe precisar que en la selección se consideraron medios privados, públicos, de propiedad nacional, como también pertenecientes a conglomerados extranjeros y sin fines de lucro.

**Tabla 1. Directores y editores participantes**

Identificación	Cargo	Plataforma	Años de experiencia laboral en prensa	Años en el cargo	Nº de periodistas a cargo
Entrevistado(a) 1	Editor(a)	Televisión	15	2	40
Entrevistado(a) 2	Director(a)	Radio	13	3	27
Entrevistado(a) 3	Editor(a)	Diario	27	8	30
Entrevistado(a) 4	Director(a)	Radio	25	1	22
Entrevistado(a) 5	Director(a)	Digital	35	3	10
Entrevistado(a) 6	Director(a)	Radio - digital	30	5	23
Entrevistado(a) 7	Editor(a)	Diario - digital	28	2	10
Entrevistado(a) 8	Editor(a)	Televisión	17	3	150
Entrevistado(a) 9	Director(a)	Diario	27	4	167
Entrevistado(a) 10	Director(a)	Digital	20	8	45
Entrevistado(a) 11	Director(a)	Diario - digital	14	4	70

Fuente: elaboración de la autora.

Las entrevistas se llevaron a cabo de manera presencial (8) y *online* (3), en gran medida por la modalidad teletrabajo que conservan algunos medios de comunicación o por solicitud del propio entrevistado. Considerando que los entrevistados son expertos en el área y con tiempos de trabajo de alta demanda, por el bien de la investigación se hizo todo lo posible para adaptar sus requerimientos en el trabajo de campo.

Sobre las condiciones éticas de la investigación, cada participante firmó un consentimiento informado. El trabajo de campo se efectuó entre el 27 de julio y el 15 de noviembre de 2022, y las entrevistas duraron desde 28 minutos hasta 1 hora y 26 minutos. Del total de entrevistados, 9 son hombres y 2, mujeres; tienen en promedio 23 años de experiencia en medios de comunicación y 4 años en promedio en el cargo. El número de periodistas bajo su responsabilidad es muy variado y va desde 10 a 167, con un promedio de 54.

El análisis de los datos, obtenidos a partir de las entrevistas semiestructuradas, se realizó a partir de lo que establece Creswell (2017) respecto a construir desde lo particular a lo general los temas abordados, con los cuales se hacen interpretaciones del significado de los datos. Es decir, el análisis se hizo desde los distintos instrumentos de rendición de cuentas previamente definidos, hasta concluir las dimensiones establecidas en coherencia con la bibliografía.

En específico, se utilizó el análisis de conversación que plantea Bryman (2012), que analiza una conversación tal como ocurre naturalmente: se graba, se transcribe y luego se estudia detalladamente. Todas las entrevistas fueron transcritas por una socióloga y el análisis de los datos se realizó manualmente, por medio de la identificación en el relato de los entrevistados de las experiencias, afirmaciones o ejemplificaciones que permitieran dar



respuesta a cada una de las preguntas de la pauta. Lo anterior permitió categorizar los temas tratados e identificar ámbitos emergentes. Los ámbitos para el desarrollo de la pauta de pregunta sobre la base de los cuales se presentan los resultados son los siguientes:

- Conocimiento y ámbitos de acción del concepto de autorregulación: definición del concepto y ejemplo, identificación de instrumentos de autorregulación, socialización y recepción.
- Existencia, aplicación y supervisión de instrumentos y mecanismos de autorregulación: identificación de mecanismos de autorregulación y resguardo del cumplimiento de prácticas de autorregulación.
- Percepción de la autorregulación en los medios de comunicación en Chile: experiencia en temas de autorregulación, percepción de los mecanismos de autorregulación en Chile y evaluación de la autorregulación en el medio en el cual trabaja actualmente.
- Percepción de la regulación versus la autorregulación en Chile: cuál y por qué cree que prima en Chile en el desempeño de los medios de comunicación.

3. Resultados

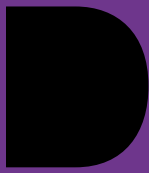
3.1. Conocimiento y ámbitos de acción de la autorregulación

El concepto de autorregulación, a partir de las palabras de los directores y editores, es entendido como los procesos y mecanismos que se autoimponen o se establecen los medios para el control de la veracidad de los contenidos (E7, diario - digital); como el “conjunto de principios y normas que podrían estar escritas, pero también podrían ser parte de la línea editorial del medio, como también la acumulación de aprendizajes durante el ejercicio de la carrera” (E3, diario); o como los márgenes o límites en los cuales los medios se desenvuelven (E6, radio - digital).

La autorregulación es el “esfuerzo por enmarcar la acción periodística en categorías y estándares que emergen desde la propia profesión [...] y no desde un contexto externo normativo” (E9, diario); o como la acción de “fijar una línea editorial y luego ser fiel no solo a esa línea editorial, sino también a los hechos o al contenido que se esté informando” (E10, digital).

Un aspecto que se observa en diario, radio, digital y televisión se relaciona con la ética al describir la autorregulación como aquella que cuenta con “un componente ético muy importante” (E2, radio); que “tiene relación muy directa con la formación ética y la aplicación de estándares éticos para seleccionar información que sea de interés público” (E5, digital); como límites que resultan necesarios para que no existan roces en materias de ética (E6, radio - digital); y también como “los marcos internos establecidos por los propios medios de comunicación para su funcionamiento diario en términos de estándares periodísticos éticos y de procedimientos de producción” (E8, televisión).

En menor medida se diferencia la autorregulación interna y externa, siendo la primera “los protocolos y las decisiones que cada medio toma con respecto a cómo gestiona los conflictos de interés y los conflictos de todo tipo; y, la segunda, la autorregulación de la industria a través del Consejo de Ética, por ejemplo” (E11, diario - digital).



Desde el punto de vista práctico, la autorregulación es catalogada como aquella que permite cumplir con la función informativa que aporta a la realidad del país (E1, televisión) y, de esta manera, “cómo un medio contribuye y no solamente mira sus propios fines y su propio bien, sino que también el bien de la sociedad” (E1, televisión), para que la información que se entrega sea coherente y con un grado de autenticidad (E2, radio); para ser plurales, amplios e inclusivos (E4, radio); para cumplir con los estándares de lo que se publica (E3, diario); para el control y veracidad de los contenidos (E8, televisión); y para dar a conocer una información “objetiva, verídica, corroborable y sin afectar injustamente a personas que sean mencionadas [...] sin afectar su honra, su fama, su imagen” (E5, digital).

En un ámbito más específico, la autorregulación es también entendida como aquella que permite mediar conflictos de interés, por ejemplo, presiones comerciales, “donde se encuentran dos mundos: el mundo del ejercicio periodístico e informativo con el mundo de las presiones comerciales” (E6, radio - digital), así como el criterio de cada periodista para tener la libertad de investigar, reportear y establecer los hechos de acuerdo con ese criterio (E2, radio), y “circunscribir sobre aquello que tiene interés público y hacerlo de la forma más equilibrada posible y tratando de satisfacer el deber noticioso que tiene la información” (E5, digital).

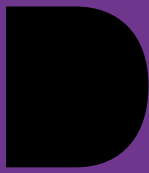
3.2. Instrumentos y mecanismos de autorregulación

Los instrumentos de autorregulación que identifican los entrevistados, en su gran mayoría, no son documentos formales que estén escritos o institucionalizados. La autorregulación se articula más bien a través del discernimiento de las historias que cubren, de la conversación diaria en reuniones de pauta, y ese consenso es un instrumento de autorregulación (E1, televisión). De la misma manera, esta llamada “tradición oral” (E4, radio) es parte de los diálogos de los equipos de redacción, los cuales discuten y buscan consenso en un ejercicio liderado por el director (E3, diario), es una “transmisión muy oral de editores de experiencia [...], hay un cierto acompañamiento en el proceso de maduración profesional” (E9, diario). En este ejercicio diario, la autorregulación se instrumentaliza en acciones como “Mi teléfono suena cada vez que un periodista tiene una duda editorial o una duda de por dónde seguir respecto a algo determinado” (E2, radio).

Esta directriz explícita que se traspassa de manera verbal (E6, radio - digital), para algunos entrevistados, responde a una “casuística” en los medios (E6, radio - digital; E9, diario; y E10, digital), sobre la base de experiencias y cómo se ha actuado en determinadas situaciones, considerando lo dinámico de este trabajo (E10, digital), “porque [en alguna ocasión] ocurrió un caso que llevó a que se modificara cierta práctica o costumbre” (E6, radio - digital).

Un factor que incide en esta conducta se relaciona con “la cultura valórica de la compañía, una suerte como de *ethos* que hay detrás” (E6, radio - digital). Es decir, “está casi establecido en algunos medios más como parte de la cultura organizacional, de la forma de hacer las cosas que de algo a lo que uno pueda recurrir y consultar de forma permanente” (E8, televisión). Sin embargo, se observa que ello está presente ante la falta de herramientas formales, ya que las que existen “están desactualizadas o descontextualizadas y responden a lógicas de otro tiempo” (E4, radio).

Quienes dan cuenta de herramientas formales se refieren a manuales de estilo en los que se aborda someramente el tema de la ética periodística (E7, diario - digital), como aquellos que cuentan con “una guía ética de lineamientos éticos que recoge [...] temas que nos aquejan todos los días [...], y tenemos también cosas detalladas que



nos hemos dado cuenta que es importante tener” (E11, diario - digital). Esta guía o manual solo se observa en el formato diario - digital como un documento que se entrega cuando un periodista es contratado (E7, diario - digital) y su incumplimiento puede ser causal de despido (E11, diario - digital).

Un elemento que es considerado como instrumento de autorregulación es la formación profesional académica del periodista, pues a través de ella “conocen los lineamientos éticos de la profesión” (E5, digital), y tiene relación “con la formación que reciben de sus universidades, respecto de la forma de enfrentarse a distintos contenidos y cómo, finalmente, saber dar cuenta de la realidad sin violentar a las audiencias” (E4, radio). De esta manera, la formación académica se transforma en un criterio de autorregulación: “Cuando tú tienes periodistas bien formados, de buenas universidades, con buenos estudios, la verdad es que tú tienes un piso más alto” (E9, diario).

El caso de la televisión se evidencia de modo diferente, dado que existen las orientaciones programáticas, que son descritas como un documento formal de autorregulación (E1, televisión; E4, radio; y E9, diario) y que establecen los lineamientos sobre el quehacer y cómo enfrentar determinados temas, como, por ejemplo, el respeto irrestricto a las personas o a la dignidad humana, que “son elementos base de cualquier conversación periodística hoy” (E1, televisión).

La existencia de un mecanismo de autorregulación ayuda a “saber por qué uno toma ciertas decisiones y bajo qué criterios, porque eventualmente, además, en muchas circunstancias hay que defenderlas después” (E8, televisión). Adicionalmente, el hecho de establecer instancias colaborativas para abordar estos temas, “aunque no todos participen en el hecho concreto, sí va quedando registrado y, por lo tanto, se va armando un criterio común que luego [...] ellos ya saben aplicar esta autorregulación” (E10, digital).

Incluso en aquellos medios que tienen lineamientos escritos, se refuerzan los aspectos positivos de esa discusión verbal en la práctica, sobre todo por el dinamismo que tiene el periodismo (E7, diario - digital), los que además están vinculados a “ese primer mandato de respeto interno, [que] provoca que también nosotros miremos al otro permanentemente como un ser humano y no solamente como un objeto de información” (E1, televisión).

La claridad de una línea editorial también es entendida como un mecanismo de autorregulación que se percibe como positivo y, en la medida que es conocida e internalizada como parte de la cultura del equipo, permite establecer límites de acción (E6, radio - digital). En ese sentido, “puede no ser óptimo el hecho de que no esté escrito” (E3, diario), pero la seriedad con la que es percibido un medio da cuenta de “una experiencia y una autorregulación construida en el tiempo que funciona” (E3, diario).

La manera en que resguardan o supervisan el cumplimiento de esos mecanismos de autorregulación encuentra coincidencia en parte importante de los entrevistados, siendo la primera línea el equipo editorial (E3, diario; E7, diario - digital; E8, televisión). El rol y la responsabilidad de los editores resulta un elemento de consenso para una última mirada o para discutir aquello que requiera una revisión (E3, diario), una suerte de “cedazo”, ya sea por el editor general, el director o algún otro editor que realice un chequeo (E6, radio - digital), como también un espacio para la revisión frecuente de los procesos, para obtener lecciones e ir aprendiendo (E1, televisión), junto con una trazabilidad del proceso de una noticia.



3.3. Percepción de la autorregulación en Chile

En función de su experiencia laboral y, con ello, de la experiencia en otros medios de comunicación, los entrevistados mantienen la existencia de la práctica verbalizada como mecanismo de autorregulación (E1, televisión; E4, radio; y E6, radio - digital). Además, frente a la ausencia de una directriz general para la prensa, refuerzan que los lineamientos en esta materia se aplican según la cultura de cada organización, lo que otorga realidades distintas (E1, televisión). Pese a que “hay poco establecido en el papel [...], los medios propiamente [como] tal tienen una cultura editorial y periodística fuerte y potente y que se respeta dentro de los medios, en la forma de hacer las cosas” (E8, televisión).

Igualmente, frente a la escasez de instrumentos escritos o institucionalizados, se observa una falta de actualización en materia de autorregulación al responder a situaciones “que no dicen relación finalmente con el curso que ha tenido o con el devenir de la actualidad del mundo” (E4, radio), como también a los cambios en la audiencia y sus conductas de consumo de información, que no han sido recogidas en estos mecanismos (E4, radio). A pesar de estos factores, los medios de comunicación, “en general, tienen un buen manejo de la ética, pero, por supuesto, siempre hay casos en que esto se transgrede” (E5, digital).

A su vez, existe una percepción de autorregulación que emana desde el propio profesional, ya que “siempre está presente porque tú como profesional tú siempre te estás regulando [...], pero los márgenes que te dicta el medio esos sí cambian y van dependiendo mucho también de la línea que tenga el medio” (E7, diario - digital). De la misma forma, se observa que existe una responsabilidad editorial en cómo se abordan los temas: “Yo creo que efectivamente en el ejercicio del trabajo del día a día de los medios de comunicación en Chile sí hay mucha responsabilidad respecto a cómo abordar editorialmente los temas” (E8, televisión).

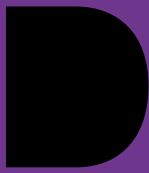
La conversación como instancia de autorregulación se evalúa como positiva en los medios de comunicación en general, debido a que resulta más fructífera que lo escrito, más que decirle a un periodista: “Mira, acá están los 10, los 20 mandamientos de autorregulación o de esto, de lo otro, porque no lo van a tomar en cuenta” (E2, radio).

Con relación a organismos de autorregulación, un menor número de entrevistados destaca el rol del Consejo de Ética, que “ha introducido estándares, ha identificado conductas, ha fijado criterios, ha hecho una labor de orientación, no solo de sanción” (E9, diario), y con ellos se observa un respeto hacia las resoluciones que ha establecido el Consejo de Ética, las que muchas veces responden a faltas de rutinas periodísticas, es decir “que lo que había fallado ahí no era necesariamente una falla de ética en el sentido de querer hacer daño, era simplemente que la persona no había hecho una rutina periodística sana” (E11, diario - digital).

3.4. Percepción de la regulación versus la autorregulación en Chile

La percepción de los entrevistados acerca de si prima en Chile la autorregulación o la regulación es más bien dividida. Hay quienes consideran que existe una predominancia de la autorregulación, ya que “los medios de comunicación en general resisten poco el tema de que les establezcan una suerte de ‘camisa de fuerza’ o de marco regulatorio” (E6, radio - digital).

Una percepción de cercanía y un mejor referente al momento de actuar (E3, diario), como también la estrecha vinculación con la ética profesional, que alimenta el desarrollo de la carrera profesional en función de construir una credibilidad (E2, radio), son aspectos que se destacan para reforzar la apreciación de quienes consideran la



predominancia de la autorregulación. En línea con la ética y la relación con lo legal, si “uno aplica correctamente la autorregulación a partir de las definiciones éticas que regulan la actividad periodística, es muy difícil que uno esté incumpliendo la regulación” (E5, digital).

Para quienes consideran la predominancia de la regulación, en gran medida esto está vinculado al tipo de medio, por ejemplo, la televisión. La existencia del CNTV condiciona que sea percibido como el ente que ordena las pautas de actuación, independiente de las decisiones que se puedan tomar a criterio por la vorágine de la televisión (E1, televisión). No obstante, se plantea una suerte de igualdad de condiciones, entendiendo que “debería existir al menos una regulación para todos y no necesariamente porque los estándares editoriales no pasan solo por el formato” (E8, televisión).

Así mismo, la regulación no se observa obligatoriamente en el día a día, como sí la autorregulación: “No sé cuántos medios estarán trabajando con la ley de prensa ahí puesta en la pared, yo diría que ninguno” (E3, diario); o bien asegurar que “jamás alguien ha preguntado: ‘Veamos qué dice el manual’, a lo más ‘se tira la talla’: bueno, después llegarán las denuncias del Consejo (CNTV) y habrá que contestarlas” (E2, radio). De la misma manera, la autorregulación se observa más eficiente, considerando que “los instrumentos penales son tan gravosos para la libertad de expresión, que al final no operan y la vía civil es tan lenta que tampoco funciona, así que en ese sentido yo encuentro que la autorregulación ha sido más eficiente” (E9, diario).

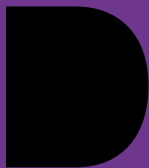
La multiplataforma es un factor para mirar de una forma diferente la autorregulación, en atención a que el entorno digital genera que “todas las definiciones de autorregulaciones, de códigos de ética, de funcionamiento también se anquilosan fácilmente” (E7, diario - digital). Las políticas de Facebook, Twitter o Google acerca del comportamiento en las redes sociales ocasionan que “si tu contenido sale y se lee, tú lo sabes de inmediato, al igual que si sale con un error, sale con una equivocación, tú lo sabes de inmediato, entonces esa autorregulación se va haciendo en el minuto” (E7, diario - digital).

4. Discusión y conclusiones

Esta investigación ha buscado conocer cómo describen y caracterizan la autorregulación, como un instrumento de *media accountability*, los directores y editores de medios de comunicación en Chile, para identificar el estándar de la prensa local. Al respecto se observan similitudes en las percepciones de los entrevistados, como, por ejemplo, la existencia de normas y pautas de comportamientos éticos para el desarrollo de la función informativa (Aznar, 1999; Fengler, 2019), que se encuentran en concordancia con la mirada normativa de la autorregulación, desde el punto de vista de establecer límites, criterios correctos de acción y, de esa manera, evitar errores.

Si bien la ética de modo explícito en el contexto de la autorregulación es identificada, no es un calificativo que emerja en la mayoría de los entrevistados. No obstante, los valores y principios en el ejercicio de la profesión son parte del relato, al señalar aspectos como la veracidad, el respeto a la honra o el interés público.

El consenso en la literatura acerca de la autorregulación como un mecanismo autoimpuesto para evitar regulaciones externas que afecten el funcionamiento libre de la prensa (Aznar, 1999; Campbell, 1999; Desantes, 1973; Ortega, 2017; Suarez-Villegas, 2015) es más bien inexistente en las percepciones de los entrevistados. No obstante, se identifican otros elementos que pueden afectar el ejercicio de la prensa, como presiones comerciales o políticas, pero ninguna de ellas desde un marco regulador.



Así mismo, el establecimiento de la autorregulación en mayor medida en sociedades democráticas (Fengler et al., 2021) tampoco es un aspecto observable en las definiciones de los entrevistados. En ese sentido, la autorregulación cobra mayor relevancia frente a la función informativa como bien social, pero no necesariamente vinculada a una sociedad democrática.

Respecto a cuál es el grado de conocimiento y la percepción de los directores y editores de medios comunicación en materia de *media accountability* en los medios en los que desempeñan su labor, se observa una mayor ausencia de herramientas escritas o formales que den cuenta de instrumentos de autorregulación, como, por ejemplo, códigos de ética, consejos de prensa, estatutos de redacción o códigos internos (Bertrand, 2000; Real Rodríguez, 2008).

De esta manera, se caracterizan por una suerte de 'tradición oral', en menor medida están escritos y algunos de ellos pueden ser consultados públicamente. Lo anterior en ningún caso significa que no existan instrumentos de autorregulación, solo que estos se identifican más bien por una transmisión oral, por una conversación en las rutinas del ejercicio periodístico, por una discusión en la reunión de pauta o por la revisión verbal de criterios frente a la publicación de un determinado hecho noticioso.

Aunque hay consenso entre los entrevistados de un sistema oral en que los elementos de la autorregulación logran efectividad a través de la deontología (Aznar, 1999), solo para la televisión (E1, televisión; y E8, televisión) se observan mecanismos escritos, pero es válido señalar que se trata de un formato que está sujeto a una regulación específica.

De esta forma, la autorregulación en el sistema de medios chileno conserva el mantenimiento de una autorregulación que se desarrolla preferentemente de manera verbal, para dar respuesta a una autodisciplina (Bertrand, 2005), y una suerte de tradición oral para llevar a cabo la deontología como una forma de articularla y dar continuidad entre los propios profesionales de la disciplina (Aznar, 1999).

Esta predominancia de lo verbal en la autorregulación respondería a una 'casuística' que posee el ejercicio periodístico en Chile, en la cual el manual escrito no resultaría del todo necesario para algunos, dado el caso a caso que se observa como propio en las rutinas profesionales. Este carácter oral como instrumento de autorregulación que debe surgir del consenso y de un diálogo en común podría encontrar efectividad desde la mirada de Aznar (1999) al plantear que ello está dado por la mayor persuasión que pueda generar en la conciencia profesional.

Pese a que se aprecia una cierta defensa hacia mecanismos verbales de autorregulación, más que criticar la inexistencia de documentos escritos, esto último se percibe como favorable al momento de discrepancias o, bien, cuando resulta necesario defender ciertas decisiones, más aún si existe una denuncia (judicial o no) respecto al desempeño del medio.

Un error en términos conceptuales que se observa, en menor medida, tiene relación al referirse a manuales de estilo como instrumentos de autorregulación, e, incluso, la cultura organizacional y la línea editorial de cada medio son percibidas como articuladores de la autorregulación, siendo esto último más bien ajeno a lo que establece la literatura.

Un aspecto que emerge como mecanismo de autorregulación es la formación académica del periodista; es decir, un profesional titulado entregaría un marco de lineamientos éticos de la profesión para desempeñarse en medios de comunicación. Si bien la formación profesional en general tiende a una cualificación más bien positiva, lo anterior se plantea con observaciones dependiendo de las universidades de las cuales egresan los profesionales.



Para supervisar los mecanismos de autorregulación, los entrevistados dan cuenta de rutinas que buscan resguardar el no incurrir en errores, riesgos o daños (Fengler, 2019; Elliott & Ozar, 2010; Bertrand, 2000), en las cuales los editores cumplen un rol fundamental. El consenso apunta a la responsabilidad de los editores como quienes tienen la última palabra de verificación, reforzando esta oralidad y el resguardo de aspectos éticos de la profesión. En ese sentido, emerge el valor de la discusión y la revisión oral, en sintonía con la descripción de autorregulación que se evidencia como mayoritaria entre los entrevistados.

Cabe precisar la menor mención del Consejo de Ética (solo E9, diario; y E11, diario - digital) en el relato de los entrevistados, considerando que la mayoría de estos pertenecen a la Federación de Medios de Comunicación Social. Por su parte, el Colegio de Periodistas no fue nombrado por ningún entrevistado, como tampoco el Código de Ética del organismo, lo que estaría en concordancia con la escasa representación que posee el gremio (García, 2010).

Con relación a la existencia de elementos que influyen en el establecimiento y desarrollo de la *media accountability* en los medios de comunicación en Chile, específicamente la autorregulación, en la percepción de los entrevistados acerca de si predomina la regulación versus la autorregulación, aparece por primera vez la autorregulación como mecanismo para evitar las regulaciones externas que puedan afectar la libertad de prensa (Desantes, 1973; Aznar, 1999; Ortega, 2017), aunque esto último no se asocia con una forma de control que incida en la labor de “perro guardián” de la prensa (Suarez-Villegas, 2015).

La distancia entre el mínimo regulador y el ideal ético exigible (Aznar, 1999) pareciera estar más cercana en la percepción de los entrevistados. Sin embargo, entre quienes se desempeñan actualmente en formatos distintos a la televisión, consensuan que esta última tiene una presión externa distinta al resto.

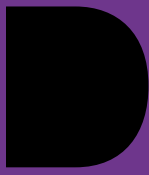
De la misma manera, “el apego del país a la letra de la ley” (Greene & Lecaros, 2020, p. 12) pareciera no ser tal para los entrevistados, toda vez que esa ley, ese texto o ese párrafo no fuese la tónica para las decisiones éticas, sino más bien primaría la ética de cada profesional, la línea editorial y la cultura de las empresas de medios. En esa misma línea, la primacía de la autorregulación por sobre la regulación es la que se observa en el desempeño de la prensa, porque, si bien implica una responsabilidad mayor, los entrevistados privilegian en la reflexión los lineamientos éticos de la profesión más que la letra de la ley.

Aunque la muestra consideró solo a dos canales, el rol del CNTV es planteado más allá de los medios de televisión, en contraposición con el Consejo de Ética, cuya función y valor es percibida en menor medida. En el caso del Colegio de Periodistas, su rol está totalmente ausente en el relato de los entrevistados.

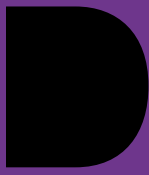
Sobre la base de estos resultados, es posible proyectar una continuación en este ámbito, toda vez que la responsabilidad de la prensa y la rendición de cuentas abordan más allá de los medios de comunicación, ya que también involucran a otros actores que son parte en el quehacer de los medios y los efectos que estos generan para la ciudadanía. Por lo tanto, profundizar en otras aristas del sistema de *media accountability* permitiría nuevos hallazgos en un ámbito poco explorado en Chile.

Referencias

1. Aznar, H. (1999). *Comunicación responsable: la autorregulación de los medios*. Ariel Comunicación.
2. Aznar, H. (2005). *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales: códigos y recomendaciones para los medios*. Paidós.



3. Bardoel, J., & D'Haenens, L. (2004). Media meet the citizen: beyond market mechanisms and government regulations. *European Journal of Communication*, 19(2), 165-194.
4. Bastian, M. (2019). Media and accountability in Latin America: framework, conditions, instruments. In *Media and accountability in Latin America* (pp. 453-493). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-24787-4>
5. Bertrand, C.-J. (Ed.). (2000). *Media ethics and accountability systems*. Routledge.
6. Bertrand, C.-J. (2005). Introduction: media accountability. *Pacific Journalism Review*, 11(2), 5-16.
7. Bryman, A. (2012). *Social research methods*. Oxford University Press.
8. Camaj, L. (2023). The monitorial role of crowdsourced journalism: audience engagement in corruption reporting in nonprofit newsrooms. *Journalism Practice*, 17(5), 911-929. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1960587>
9. Campbell, A. J. (1999). Self-regulation and the media. *Federal Communications Law Journal*, 51(3), 711.
10. Centro de Estudios Públicos (CEP). (2022). *Estudio Nacional de Opinión Pública N° 86, abril-mayo 2022*. <https://www.cepchile.cl/encuesta/estudio-nacional-de-opinion-publica-n86-abril-mayo-2022/>
11. Colegio de Periodistas de Chile. (2015). *Código de Ética*. <https://www.colegiodeperiodistas.cl/p/etica-periodistica.html>
12. Consejo Nacional de Televisión (CNTV). (2022). *¿Qué es el CNTV?* <https://www.cntv.cl/acerca-del-cntv/>
13. Creswell, J. W. (2017). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications.
14. Desantes, J. M. (1973). *El autocontrol de la actividad informativa*. Edicusa.
15. Eberwein, T., Fengler, S., & Karmasin, M. (2017). *The European handbook of media accountability*. Routledge.
16. Eberwein, T., Fengler, S., & Karmasin, M. (2019). *Media accountability in the era of post-truth politics: European challenges and perspectives*. Routledge.
17. Eberwein, T., Fengler, S., Lauk, E., & Leppik-Bork, T. (2011). *Mapping media accountability-in Europe and beyond*. Herbert von Halem Verlag Köln.
18. Elliott, D., & Ozar, D. (2010). An explanation and a method for the ethics of journalism. In C. Meyers (Ed.), *Journalism ethics: a philosophical approach* (pp. 9-24). Oxford University Press.
19. Fengler, S., Eberwein, T., Mazzoleni, G., Porlezza, C., & Russ-Mohl, S. (2014). *Journalists and media accountability: an international study of news people in the digital age*. Peter Lang.
20. Fengler, S. (2019). Accountability in journalism. In *Oxford research encyclopedia of communication*. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.772>
21. Fengler, S., Eberwein, T., & Karmasin, M. (2021). *The global handbook of media accountability*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429326943>
22. García, A. (2010). Realidad del periodismo y los medios en Chile. *ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 1(1), 71-77.
23. Greene, F., & Lecaros, M. J. (2020). The concept of self-regulation and the ethics council of the media federation of Chile. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 18(4), 481-496. <https://doi.org/10.1108/JICES-11-2019-0127>



24. Gutiérrez, F., & Hormazábal, C. H. (2022). Chile: double system of self-regulation and a few union organizations. In *The global handbook of media accountability* (pp. 481-490). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429326943-56>
25. Koliska, M. (2022). Trust and journalistic transparency online. *Journalism Studies*, 23(12), 1488-1509. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2022.2102532>
26. Lecaros, M. J. (1991). ¿Quién controla la ética periodística? *Cuadernos.Info*, (7), 67-83.
27. Ley 19733 de 2001 (4 de junio) sobre Libertades de Opinión e Información y Ejercicio del Periodismo. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=186049>
28. Mauri-Rios, M., Ramon-Vegas, X., Rodríguez-Martínez, R., & Díaz-Campo, J. (2022). Indicadores para evaluar la rendición de cuentas en los medios de comunicación. *Cuadernos.Info*, (51), 1-27.
29. McQuail, D. (2003). *Media accountability and freedom of publication*. Oxford University Press.
30. McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. SAGE Publications.
31. Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C., & Nielsen, R. K. (2021). *Reuters Institute digital news report 2021*. Reuters Institute. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf
32. Ortega, D. (2017). *Retos de la libertad de información*. Dykinson.
33. Porlezza, C., & Di Salvo, P. (2020). The accountability and transparency of whistleblowing platforms issues of networked journalism and contested boundaries. *Journalism Studies*, 21(16), 2285-2304. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1842233>
34. Real Rodríguez, E. (2008). Herramientas éticas y deontológicas para la excelencia informativa en el periodismo. Defensa del Colegio Profesional como base angular. En *El derecho a la información judicial. 6º Congreso Internacional de Ética y Derecho de la Información* (pp.433-456). Fundación coso de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad.
35. Robertson, C. (2023). Sources and drivers of news media criticism. In *Reuters Institute digital news report 2023* (pp. 40-43). Reuters Institute.
36. Suárez-Villegas, J. C. (2015). Self-regulation of offline and online journalism in Spain in the experience of the Arbitration, Complaints and Ethics Commission. *Communication & Society*, 28(3), 135-152. <https://doi.org/10.15581/003.28.3.135-149>
37. Von Krogh, T. (2012). *Understanding media accountability: media accountability in relation to media criticism and media governance in Sweden 1940-2010*. Department of Information Technology and Media, Mid Sweden University.
38. Ward, S. J., & Wasserman, H. (2010). Towards an open ethics: implications of new media platforms for global ethics discourse. *Journal of Mass Media Ethics*, 25(4), 275-292. <https://doi.org/10.1080/08900523.2010.512825>



Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511581930023>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la
academia

Constanza Hormazábal

**MEDIA ACCOUNTABILITY EN CHILE: LA 'TRADICIÓN ORAL'
COMO INSTRUMENTO DE AUTORREGULACIÓN**

**Media Accountability in Chile: The 'Oral Tradition' as a
Self-Regulation Instrument**

**Media accountability no chile: a 'tradição oral' como
instrumento de autorregulação**

*Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social
"Disertaciones"*

vol. 17, núm. 2, e1, 2024

Universidad del Rosario,

ISSN-E: 1856-9536

DOI: <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/disertaciones/a.13219>