

MISIÓN

Hoy se habla de es un medio de comunicación nativo digital informativo, regional, que investiga y expone la contratación pública; la ejecución y el desarrollo del presupuesto departamental; y las relaciones entre la administración pública y los grupos de poder político y económico.

Actuamos con responsabilidad, garantizando la protección de nuestros periodistas para que puedan realizar su labor con libertad e independencia, promoviendo la transparencia y la rendición de cuentas de los actores políticos y económicos en beneficio del bien común.

Las directrices editoriales de Hoy se habla de se basaron en las que fueron elaboradas en 2019 por The Guardian, IMPRESS, AFP, Ethical Journalism Network, Washington Post, Channel 4 y Ofcom.

DIRECTRICES EDITORIALES

El objetivo de estas directrices editoriales es promover la confianza de nuestras audiencias y proteger la integridad de Hoy se habla de y de su labor periodística, independientemente de los formatos de publicación y de los contextos en que se realicen.

Estas directrices conforman un marco filosófico y un compendio de herramientas prácticas que refuerzan nuestro compromiso con los principios fundamentales del periodismo: comunicación basada en veraces y precisos; imparcialidad y

ecuanimidad; humanidad y respeto por los demás, e independencia editorial y rendición de cuentas con nuestros consumidores de contenido.

Las directrices reflejan un compromiso personal y profesional de sus integrantes y de eventuales colaboradores en calidad de *freelance* y todos aquellos que sumen contenido editorial. Cubren tres áreas: gestión y práctica general de la sala de redacción, reglas editoriales y conflictos de interés.

Son directrices se extienden y cobijan a todos los miembros y es labor inherente del director y del editor general, y también de cada uno de los periodistas, su revisión y cumplimiento.

Su objetivo es que nuestros consumidores de contenidos, los comprendan con facilidad y que se vinculen sin excepción a las tareas de reportería, recopilación de historias y creación de contenidos. Para eso, **Hoy se habla de** conformó un comité de chequeo de datos que asegure la transparencia de sus ofertas informativas, cualquiera que sea su formato de difusión.

Al aplicar estas directrices, **Hoy se habla de** consagra su actividad periodística al interés general y al derecho de sus audiencias de acceder a información pública veraz y de alta calidad.

El interés público incluye, entre otros elementos, los siguientes:

- La incompetencia, la mala praxis o la conducta poco ética en la vida pública.
- Las actividades de personas que puedan cometer actos de corrupción, malversación de fondos y encubrimiento dentro de instituciones públicas o privadas en detrimento a recursos económicos de la ciudadanía.
- Hechos que afecten la integridad física y emocional de poblaciones vulnerables como niños, niñas y adolescentes, mujeres, personas LGBTIQ+.

comunidades étnicas, personas en condición de discapacidad física o mental, personas diagnosticadas con enfermedades de salud mental, así como perseguidos por razones políticas, religiosas o por cualquier causa que violente sus derechos humanos.

- La corrección de información incorrecta cuando una persona o una organización haya engañado al público sobre un tema de importancia pública.
- La administración abierta, imparcial y eficaz de la justicia.
- La seguridad y la salud públicas.
- La seguridad nacional.
- La prevención y la detección del delito.
- El desarrollo económico, educativo y social de la sociedad.
- El debate o análisis de obras artísticas o culturales.

En defensa de estos intereses comunes, **Hoy se habla de** se compromete con lo siguiente:

- La independencia editorial y la responsabilidad de delimitar y distinguir claramente toda forma de publicidad, contenido patrocinado u otros productos editoriales comerciales del material editorial producido en línea con los principios fundamentales del periodismo.
- La prohibición de todo contenido, sea editorial o generado por el público, que incluya difamación, discursos de odio, invasiones a la privacidad o violencia.

Estas directrices pueden formar parte del contrato de trabajo de un periodista, y también pueden incluirse en procedimientos disciplinarios, promocionales o de reclutamiento de los directivos editoriales o de los periodistas.

Al respetar nuestras directrices y los principios fundamentales del periodismo, los periodistas que trabajan para **Hoy se habla de** protegen la independencia, el estatus y la reputación de ellos mismos y de sus colegas.

Es importante que los profesionales contratados en modalidad *freelance* por la empresa también respeten estas directrices cuando trabajen para ella.

1. PAUTAS GENERALES

a. Aportes anónimos

Los artículos encargados por **Hoy se habla de** se publican de forma anónima o con seudónimos solo en circunstancias excepcionales, por ejemplo, si la seguridad, la privacidad o el sustento del autor corren peligro, y solo con el permiso del editor general. En esos casos, los lectores estarán al tanto de que no se revelan las identidades y se les dará una explicación de ello. Esta disposición puede no aplicarse a aquellos autores con seudónimos ya establecidos a quienes **Hoy se habla de** contrate en tal calidad.

b. Pagos por material editorial

No efectuamos pagos a fuentes por noticias, investigaciones o historias.

Al tratar con funcionarios, los periodistas tienen que recordar que la legislación nacional reconoce varios delitos penales que pueden llevarse a juicio. Uno de ellos es el soborno, que puede consistir en ofrecer a alguien una ventaja económica o

de otro tipo para que realice una actividad de forma inadecuada, o sobornar o ser sobornado por un servidor público extranjero.

Las ofertas o aceptaciones de invitaciones o de pagos como incentivo a funcionarios a fin de garantizar o acelerar la realización de una acción necesaria o de rutina son ilegales.

El personal siempre debería conversar con el editor general con antelación o aclarar la política con la dirección si tiene dudas respecto de pagos que podrían ser inadecuados y, si se solicitan o se efectúan esos pagos, debería informar de ello al editor general de las circunstancias lo antes posible.

c. Profesionales contratados en modalidad *freelance* :

Hoy se habla de se adhiere a buenas prácticas de contratación, que incluyen el tratamiento justo de los profesionales contratados en modalidad *freelance*. Estos profesionales tendrán que leer nuestras directrices editoriales y aceptarlas previo a la firma de cualquier contrato de servicios.

d. Confidencialidad:

Los editores responsables y los jefes de departamento que tengan acceso a datos personales relacionados con otros miembros del personal tienen que tratar esa información como confidencial y no revelarla a nadie, excepto cuando deban hacerlo para cumplir con responsabilidades formales.

e. Derechos de autor:

Los periodistas no deberían usar contenido de fuentes no autorizadas de terceros, ya sean imágenes, textos u otro material, sin obtener los permisos necesarios. No obstante, el uso de material protegido por derechos de autor que esté disponible

para la publicación de críticas, noticias y opiniones es aceptable y suele estar permitido moral y legalmente.

Existen unas cuantas situaciones legales en las que puede que no sea necesario obtener permiso, pero los periodistas tienen que consultarlo con el editor general o con el director antes de usar material en estas condiciones.

Los periodistas deberán familiarizarse con las normas sobre derechos y sobre el uso de contenido de sitios web públicos.

f. Errores:

De acuerdo con nuestra política, nos comprometemos a corregir cualquier error significativo lo antes posible. Los periodistas tienen el deber de colaborar de forma sincera y abierta con el editor responsable y con los directivos, y de informarles de la existencia de errores. Todas las quejas se atenderán y se llevarán a la atención del editor responsable. Cuando uno de éstos casos se registre, también le informaremos a nuestras audiencias sobre la actualización de la historia.

g. Asuntos legales:

Las leyes sobre injuria y calumnia son complejas, y están en constante cambio. Las consecuencias de una demanda o denuncia pueden ser costosas y dañar nuestra reputación.

Por eso, el personal de **Hoy se habla de** deberá:

- i) Familiarizarse con las disposiciones legales actuales y buscar más información si tienen dudas sobre algunos de sus aspectos.
- ii) Consultar a nuestros expertos legales sobre dudas concretas sobre una noticia.

- iii) Informarse sobre las condiciones legales nacionales y los casos activos que sean relevantes para su trabajo.

h. Privacidad:

Nos comprometemos a respetar la privacidad de las personas. Una buena parte del periodismo puede ser intrusivo per se, pero siempre deberíamos evitar invadir la privacidad de las personas innecesariamente. En ocasiones, cuando existe un claro interés público, los periodistas pueden tener que sacrificar la protección de la privacidad.

Siempre que entren en juego cuestiones de privacidad, resultan esenciales la proporcionalidad y el análisis previo adecuado. La intromisión tiene que estar justificada por la gravedad de la noticia y por el bien común que puede promoverse a partir de la publicación. Cuando sea posible, debería estar autorizada por un directivo.

De la misma manera, los fundamentos de una investigación tienen que ser sólidos; no llevamos a cabo procesos especulativos a menos que el tema, la sospecha y las posibilidades de éxito sean consistentes.

También se debería proceder con precaución cuando se informen y publiquen detalles identificatorios, como domicilios, que puedan dar lugar a que otras personas invadan la privacidad o la seguridad de los protagonistas de la cobertura periodística.

i. Diálogo con el público:

Nos comprometemos a respetar la privacidad de las personas. Una buena parte del periodismo puede ser intrusivo per se, pero siempre deberíamos evitar invadir la privacidad de las personas innecesariamente. En ocasiones, cuando

existe un claro interés público, los periodistas pueden tener que sacrificar la protección de la privacidad.

Siempre que entren en juego cuestiones de privacidad, resultan esenciales la proporcionalidad y el análisis previo adecuado. La intromisión tiene que estar justificada por la gravedad de la noticia y por el bien común que puede promoverse a partir de la publicación. Cuando sea posible, debería estar autorizada por un directivo.

De la misma manera, los fundamentos de una investigación tienen que ser sólidos; no llevamos a cabo procesos especulativos a menos que el tema, la sospecha y las posibilidades de éxito sean consistentes.

También se debería proceder con precaución cuando se informen y publiquen detalles identificatorios, como domicilios, que puedan dar lugar a que otras personas invadan la privacidad o la seguridad de los protagonistas de la cobertura periodística.

i. Diálogo con el público:

Nuestra relación más importante es la que tenemos con nuestros lectores y con los usuarios del portal y nuestras redes sociales. Se debe proceder con respeto siempre que se produzca un intercambio en persona, por teléfono, por carta o por correo electrónico.

La empresa reconoce que la comunicación en línea, por ejemplo, en blogs y redes sociales, puede ser más informal, breve y, en el marco de un debate, confrontativa; sin embargo, los periodistas deberán prestar atención a las directrices sobre blogs y redes sociales.

Al usar redes sociales, los periodistas que tengan un vínculo conocido con la empresa no deberían hacer declaraciones públicas que puedan poner en riesgo

la integridad de la empresa o cuestionar su propia independencia periodística, ni que contradigan el espíritu de profesionalidad plasmado en estas directrices.

2. REGLAS EDITORIALES

a. Exactitud y verificación:

La confianza en la exactitud, la autenticidad y la fiabilidad de nuestra información es fundamental. Las comunicaciones digitales presentan desafíos especiales, e insistimos en que se corroboren los datos en fuentes fiables.

Los periodistas deberían informar el nivel de verificación que han podido alcanzar e incluir una aclaración cuando no hayan podido verificar los datos de forma independiente.

No publicamos como un hecho aquella información que no podamos verificar (por ejemplo, «Una estudiante que afirma haber presenciado la manifestación»; no «Una estudiante que ha presenciado la manifestación»).

Cuando corresponda, estamos dispuestos a explicar a los lectores qué medio se ha utilizado para realizar entrevistas y cómo hemos verificado la información. Procurar que las fuentes sean satisfactorias es responsabilidad de editores, periodistas y corresponsales, y los editores de las salas de redacción deberían tener la facultad de cuestionar la fiabilidad de la información.

b. Atribución y citas anónimas:

Por lo general, la gente es más honesta si puede mantenerse en el anonimato, y las citas no atribuidas pueden ayudar al lector a comprender mejor un tema. No

obstante, el uso indiscriminado de fuentes anónimas puede usarse para promover estrechos intereses políticos, comerciales o de otro tipo de manera subrepticia.

Pueden existir circunstancias excepcionales en las que puedan usarse citas peyorativas anónimas, pero solo tras haber consultado al editor general. En ausencia de una autorización específica, debemos parafrasear las citas peyorativas anónimas.

Nos esforzamos por ser honestos acerca de nuestras fuentes, aunque no podamos mencionarlas.

c. Fuentes de información:

Se les puede prometer confidencialidad a las fuentes que brinden información y que se pongan en peligro por hacerlo. Se les protegerá siempre. No obstante, cuando sea posible, se deberán identificar las fuentes de información con la mayor especificidad posible.

El personal no debe reproducir material de otras personas sin atribuirlo, salvo en circunstancias excepcionales —por ejemplo, cuando se tenga que proteger a la fuente— y, en ese caso, con el permiso del editor general.

Se debe dar crédito a la fuente del material publicado que se obtenga de otra organización, incluidas aquellas citas extraídas de otros artículos de prensa.

Las firmas solo deberán incluirse en material que haya sido elaborado mayormente por el periodista mencionado. Si un artículo contiene una gran cantidad de texto producido por una agencia de noticias, entonces también se deberá dar crédito a dicha agencia.

d. Aprobación previa de textos:

Como regla general, los entrevistados o las fuentes no tendrán acceso a los textos finales antes de su publicación ni de la aprobación de ellos dependerá la publicación. En determinadas circunstancias, podemos permitir que se tenga acceso a los textos o a las citas en pro de la exactitud, pero no tenemos obligación alguna de alterarlos.

e. Noticias que involucren a menores de edad:

Se actuará con especial precaución cuando se trate con niños, niñas y adolescentes.

No se les debería formular preguntas que superen sus conocimientos o su capacidad de responder.

No se publicarán fotos de menores que se puedan identificar sin el consentimiento de sus acudientes.

Los periodistas pueden indagar en la vida de los menores con su consentimiento y comprensión. Si esto sucede, tiene que acompañarse de una sólida justificación relacionada con el bien común.

Teniendo en cuenta la permanencia del material en línea, los editores deberán cuidar la identidad de los menores para protegerlos de vulneraciones o daños.

f. Citas directas:

Los periodistas y los editores no alterarán el contexto o significado de las citas.

Los periodistas y los editores darán cuenta de las imprecisiones o falsedades que aparezcan en las citas directas.

g. Promociones:

Hoy se habla de no promocionará en su portal o en sus redes los intereses económicos de posibles entrevistados o colaboradores, o de sus patrocinadores, para asegurarse acceso a ellos.

h. Trato justo y uso del idioma:

Buscamos informar de manera inclusiva y justa, dándoles espacio a las personas o grupos que sean objeto de críticas. Cuanto más graves sean las críticas o las acusaciones de las que informemos, mayor será nuestra obligación de permitir que la parte inculpada responda.

Nuestros periodistas y editores se comprometen al uso correcto del lenguaje.

La imparcialidad no hace referencia a la falsa equivalencia de todos los puntos de vista. Cuando las pruebas científicas o de otro tipo respalden determinada conclusión más allá de toda duda razonable, no se deberían presentar otras opiniones como alternativas viables.

i. Duelo:

Se tratará a las personas con sensibilidad al informar en momentos de duelo o traumas.

j. Fotografías, videos e imágenes:

Por lo general, alterar imágenes o distorsionar material audiovisual es inaceptable. Cuando se realicen acciones de este tipo, se deberá indicar claramente que las imágenes y los videos se han modificado o mejorado digitalmente.

k. Etnia:

No solemos publicar el origen étnico ni la religión de una persona, pero esa información poder pertinente para la historia, dado el contexto local de nuestra

comunidad raizal. No informamos del color de piel de los sospechosos de un delito, a menos que su origen étnico forme parte de una descripción que sirva para identificarlos o resulte importante para la noticia (por ejemplo, en el caso de un delito de odio).

l. Engaños:

Los periodistas deberían ser sinceros e identificarse como empleados de la empresa cuando trabajen en una historia. Pueden existir instancias que impliquen noticias de un interés público excepcional donde esto no se aplique, pero, de ser así, se requiere la aprobación del editor general. Esto concierne a todo lo que publiquemos, incluidos datos obtenidos por terceros. (Véase la sección «Privacidad» más atrás).

m. Autolesiones:

Se solicita a los periodistas que sean precavidos al informar sobre autolesiones, en particular, casos de suicidio. En todos los casos es importante no dar a conocer la información de forma tal que se puedan fomentar estas acciones o que pueda verse comprometida la privacidad de terceros involucrados, como familiares cercanos.

Esto debería tenerse en cuenta al presentar casos de autolesión, incluido el uso de imágenes, y al describirlos.

Cuando corresponda, debería facilitarse el número de teléfono de una línea de ayuda e información general sobre la prevención de suicidios y grupos de apoyo. Por ejemplo, en Bogotá y Cali, es la línea 106, y en Medellín el número (604) 4444448. Pueden consultarse otras líneas de ayuda a suicidas en <https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/SMental/Paginas/suicidio.aspx>.

n. Contenidos patrocinados

Hoy se habla de publica contenidos patrocinados siempre y cuando tengan relevancia periodística, estén alineados con la misión del medio y no vulneren nuestras directrices editoriales. Los contenidos patrocinados incluirán en la parte superior un texto que así los distinga.

3. CONFLICTOS DE INTERESES:

Hoy se habla de valora su reputación como medio independiente e íntegro. Está claro que los periodistas tienen una vida, intereses, pasatiempos, convicciones y creencias fuera del trabajo.

Instamos a garantizar que los intereses externos no entren en conflicto con nuestra actividad periodística ni comprometan nuestra integridad editorial.

Reconocemos que la objetividad no puede aplicarse como una regla inequívoca. Por ejemplo, un columnista que manifiesta abiertamente sus opiniones puede tener más libertad que un reportero, de quien se espera una rigurosa objetividad con respecto a su trabajo. En caso de duda, los periodistas deberán consultar al editor responsable o al editor general.

Las siguientes directrices se refieren a todos los intereses externos existentes que, si no se declaran y salen a la luz, harían que un lector imparcial cuestione la independencia de nuestro trabajo editorial:

a. Obsequios:

El personal no debería dejarse influenciar por intereses comerciales —que incluyen los intereses de publicistas— en la preparación de material para nuestro medio.

Ningún miembro de nuestro personal ni los contratados en modalidad *freelance* que tengan vínculos conocidos con nosotros deberían usar su puesto para recibir beneficios privados para sí mismos o terceros. No permitimos que se entreguen pagos, obsequios ni otras regalías para socavar la exactitud, la imparcialidad o la independencia de nuestra actividad periodística.

Todo intento de propiciar un trato editorial favorable a través del ofrecimiento de obsequios o favores deberían ponerse en conocimiento del editor. Cuando corresponda, se informará que se han entregado pagos, regalos u otras contrapartidas ventajosas.

Los miembros del personal no deberían usar su puesto para solicitar beneficios o ventajas en actividades personales o en operaciones financieras o comerciales a los que no pueda acceder el público general.

El personal no debería usar material de papelería de la empresa en relación con temas externos ni citar una vinculación con la empresa para resolver denuncias como consumidores, obtener un servicio más rápido ni solicitar descuentos u ofertas.

Comunicaremos cuando un hotel, una aerolínea u otra empresa haya asumido el costo de traslado o de alojamiento de un periodista.

b. Productos Comerciales:

Ningún periodista o contratado en modalidad *freelance* que tenga un vínculo con nosotros debería patrocinar productos comerciales, a menos que tenga permiso expreso del editor general.

c. Intereses Externos:

Los periodistas de planta tienen derecho a realizar actividades fuera del trabajo (como ocupar cargos públicos o participar activamente en organizaciones, empresas o partidos políticos). Sin embargo, a veces, puede interpretarse que esto influye sobre la integridad de nuestra actividad periodística o entra en conflicto con ella.

El personal deberá informar al editor general sobre cualquier interés externo, ya sea personal, filosófico o económico, que podría entrar en conflicto con su desempeño profesional o que podría percibirse de tal manera.

d. Declaración de intereses:

Los periodistas deberían declarar sus intereses cuando escriban sobre un tema con el cual tengan un vínculo significativo. Esto concierne tanto a periodistas de plantilla como a contratados en modalidad *freelance*. La declaración debería presentarse ante el jefe de departamento o el editor. Para proceder con total transparencia puede ser necesario publicar la declaración en el sitio web.

No es necesario que el vínculo sea formal para que resulte necesario declararlo. Ejercer como asesor en la preparación de un informe para una organización, por ejemplo, exigiría una declaración formal.

Algunos vínculos son obvios y pueden constituir el motivo por el cual se ha contratado a ese escritor. De ser así, se les debería nombrar al final de la contribución del escritor, aun cuando colabore de forma habitual.

En términos generales, un periodista no debería escribir sobre un familiar o una pareja en un artículo ni citar sus palabras, aunque esa persona sea experta en el tema en cuestión. Si, por algún motivo, se hace una excepción a esta regla, el vínculo debería quedar claro.

Los editores contratantes deberían asegurarse de que los contratados en modalidad *freelance* conozcan las reglas y también estén obligados, si procede, a realizar las declaraciones necesarias.

i. Declaración de intereses corporativos:

Hoy se habla de no tiene vínculos con otras empresas que no son medios de comunicación.

m. Presentación de informes financieros:

Hoy se habla de lleva un registro de las acciones personales cuando la titularidad de dichas acciones pueda implicar un presunto conflicto de intereses.

Todos los integrantes del personal deben informar de sus acciones que no constituyan una inversión personal, como provisiones para pensiones o fideicomisos para familiares.

Deberían comunicar, asimismo, las operaciones en otras tenencias accionariales e inversiones cuando así lo consideremos debido a posibles conflictos de intereses.

Aunque es aceptable que los periodistas financieros sean titulares de acciones, no lo es que operen en el mercado de forma regular. Es sumamente importante que se lleve este registro y que toda la información esté actualizada.

Estas directrices editoriales:

- Prohíben el uso de información financiera para beneficio de sus periodistas o de personas vinculadas a ellos.
- Imponen restricciones a los periodistas respecto a informaciones sobre acciones en las cuales ellos mismos o sus familiares cercanos tengan un interés significativo sin comunicar esta situación internamente.
- Prohíben que los periodistas operen con acciones sobre las cuales hayan escrito hace poco o pretendan escribir en un futuro cercano.
- Exigen que los periodistas financieros procuren no publicar material inexacto y que distingan entre opiniones, conjeturas y hechos. Esto tiene particular relevancia para aquellos periodistas que realicen recomendaciones de inversión a los lectores y que sugieran comprar, vender o conservar acciones.

g. Compromisos externos:

La empresa acepta el derecho de los periodistas a tener una vida privada y a participar en la sociedad civil. Sin embargo, el personal también debería informar al editor general si, en su capacidad de empleados, tienen intenciones de:

- Presentar pruebas ante un tribunal.
- Presidir foros públicos o seminarios organizados por organizadores profesionales de conferencias u organizaciones comerciales.

- Ocupar puestos laborales externos que tengan probabilidades de entrar en conflicto con sus deberes profesionales.
- Conducir foros públicos o políticos, o aparecer en plataformas.
- Presentar quejas o entregar pruebas a un ente oficial en relación con material que haya sido publicado por la empresa.

Los periodistas invitados a presidir debates o aparecer en paneles como representantes de la empresa no deberían aceptar pagos ni solicitarlos en tal concepto, a menos que la preparación o la asistencia al evento implique una dedicación significativa de horas personales.

El editor general deberá aprobar la aceptación del pago con anticipación, prestando especial atención a otras disposiciones de estas directrices, por ejemplo, las referidas a conflictos de intereses, declaración de intereses y promoción de productos comerciales. Puede aceptarse que se cubran gastos de viaje y otros gastos relacionados dentro de lo razonable.

Por lo general, los periodistas de planta no deberían proporcionar asesoramiento sobre relaciones públicas, sobre todo a un público que haya pagado para asistir. Consulte al editor en caso de duda.

h. Relaciones:

Los miembros del personal no deberían escribir, crear vídeos, tomar fotografías ni emitir opiniones sobre personas con las cuales estén casados o tengan una relación amorosa, económica o personal, cercana en los canales de **Hoy se habla de**. Los miembros del personal que se encuentren en una situación en la cual pueda surgir este tipo de conflicto deberían informar de ello al editor general.

Nota: Cuando un periodista o un editor tenga dudas sobre las implicaciones éticas de su conducta en cualquier aspecto del trabajo editorial, lo cual incluye

temas cubiertos por estas directrices, deberá solicitar el asesoramiento del editor general de **Hoy se habla de**. En determinados casos, podrá asesorarse también con entes del sector o con expertos (por ejemplo, un consejo de prensa o un defensor del lector externo).