

TRANSPARENTÓMETRO

Instrumento para medir la transparencia en contenidos y medios periodísticos¹

Este instrumento invita a dialogar en las salas de redacción y en los medios de comunicación en general sobre los estándares éticos que es necesario mantener con el fin de recuperar la confianza de las audiencias en la información de calidad. Cualquier organización o periodista puede adoptarlo si lo considera valioso para avanzar en una manera de informar que sea más transparente con sus audiencias.

1. **Disponer de un documento que contenga los valores** que deben seguir los empleados de cada medio (manual, código deontológico, carta de principios) y que sus postulados se incorporen a las rutinas periodísticas, además de que sea público y de acceso para las audiencias.
2. **Hacer visible quiénes son los propietarios de los medios de comunicación** y los integrantes de sus cuerpos directivos; advertir de sus posibles conflictos de interés ayuda a ganar la confianza de las audiencias.
3. **Publicar en sitio de fácil acceso información profesional** de quienes integran el equipo periodístico y directivo del medio permite a las audiencias conocer de antemano quiénes las informan.
4. **Firmar las notas es muestra de responsabilidad profesional**, por eso se invita a que se acoja esta costumbre.
5. **Diferenciar con claridad la información de la opinión**, del activismo –si lo hubiera-, de la publicidad y del contenido pago es prueba de que se cumplen altos estándares éticos.

¹ Este instrumento fue desarrollado por la cohorte ITP2 y para efectos de la ALDEA de contenidos, se pone a disposición la versión original, en correspondencia con el proceso realizado para alcanzar este resultado.

6. **Cumplir con contraste, corroboración de datos, pluralidad de voces y contexto en las notas** debe ser obligatorio para sus periodistas en busca de la excelencia periodística.
7. **Asegurar que los periodistas conserven (y en lo posible publiquen)** los soportes de investigaciones y denuncias periodísticas es garantizar la confianza en lo publicado.
8. **Tener en cuenta que los trabajos en profundidad deben hacer notorio** el número e idoneidad de las fuentes consultadas para su elaboración como estándar de veracidad periodística.
9. **Establecer procedimientos claros, ágiles y oportunos** para tramitar correcciones, aclaraciones, rectificaciones y actualizaciones —para todas las plataformas informativas— es prueba de la buena fe con la que se actúa.
10. **Crear espacios públicos y de fácil acceso para dialogar** con las audiencias es clave en la idea de ganar confianza y credibilidad.