

**El periodismo y su relación con el poder: una mirada desde la academia frente la
realidad del medio en Colombia**

Laura Vanessa Mejía Olmos

Universidad de Manizales

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

Comunicación Social y Periodismo

Manizales

Mayo, 2019

Resumen

Este artículo muestra las diferentes posturas que tienen las universidades frente a la relación contractual de los medios de comunicación en Colombia y el Estado, y la manera en la que hoy en día las universidades que ofertan pregrado en Comunicación Social, Periodismo y afines forman a los estudiantes frente a la realidad de un medio que tiene intereses económicos y políticos contraproducentes para una sociedad influenciada por los mismos.

Abstract

This article shows the different positions that universities have in relation to the contractual relationship of the media in Colombia and the State, and the way in which nowadays the universities that offer undergraduate courses in Social Communication, Journalism and related courses, train students facing the reality of a medium that has economic and political interests counterproductive for a society influenced by them.

Resumo

Este artigo mostra a postura que as universidades têm frente à relação contratual dos meios de comunicação na Colômbia e no Estado, e a maneira pela qual hoje em dia as universidades de graduação em Comunicação Social, Jornalismo e afins, formam estudantes que enfrentam a realidade de um meio com interesses econômicos e políticos contraprodutivos para uma sociedade que está influenciada por eles.

Introducción

El periodismo es cardinal para una sociedad, para que esta comprenda su realidad y tenga el conocimiento suficiente para ser tomadora de decisiones. Gómez Mompart (2013, pg 12) afirma que “la preocupación por un periodismo de calidad siempre contribuye al bienestar informativo-comunicativo, fundamento de una democracia real”. Esto va de la mano con el derecho a la libertad de pensamiento y expresión que tiene cada persona, estipulado en el artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos: “Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección”.

En Colombia hay 162 programas activos de Comunicación Social, Periodismo y afines, de los cuales 128 son de universidades privadas y 34 de públicas. Estos se dividen en 154 presenciales, 6 virtuales y 2 a distancia. Según cifras del Ministerio de Educación Nacional (2017), en los años 2013, 2014 y 2015, las carreras de Comunicación Social, Periodismo y afines, superaron los 5 mil graduados por año; en el 2016 la cifra se incrementó en un 24%, siendo así 6.237 los egresados. Pero, ¿Qué están haciendo las Facultades de estos programas al respecto? ¿Cómo están formando a los futuros egresados para enfrentar la realidad del medio? y teniendo en cuenta que la crisis del periodismo en Colombia es añeja, ¿Cuáles son los principales focos de interés académico que se tienen actualmente?.

En las últimas décadas la verdad en el oficio del periodista se ha tergiversado por diversas particularidades, entre esas está la incidencia de la relación contractual de medios y estado. Se encuentran casos donde los medios tienen concentración de la propiedad y se reflejan intereses económicos y políticos que dependen de la publicidad para sobrevivir; o

¹despidos masivos como es el caso de las cerca de 320 personas que fueron despedidas en varios medios de comunicación del país entre diciembre de 2018 y marzo de 2019 (La Liga Contra el Silencio, 2019). El futuro del oficio está en un punto decisivo, por esto es necesario conocer qué se hace desde la academia para contrarrestar este suceso.

Marco teórico

En el ranking que brinda Reporteros sin Fronteras (RSF) sobre la Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa 2019, Colombia ocupa el puesto 129 entre 180 países, dejándolo en el indicador rojo, el cual señala que está en una situación difícil. El análisis de RSF (2019) destaca que aún son frecuentes las agresiones, las amenazas de muerte y los asesinatos de periodistas, por lo que “sigue siendo uno de los países más peligrosos del continente para la prensa”.

Los medios de comunicación deben ser independientes pese a cualquier presión directa o indirecta. El Estado no puede utilizar su poder para “presionar y castigar o premiar y privilegiar a los comunicadores sociales y a los medios de comunicación en función de sus líneas informativas, atenta contra la libertad de expresión y deben estar expresamente prohibidos por la ley” (Informe anual de la Comisión Interamericana de Derechos humanos, 2010).

La libertad de prensa en un principio se describía como la libertad de realizar y difundir publicaciones en un medio escrito, Kronhe (citado por Sapiezynska, 2012) señala que esto se extendió a todos los medios de comunicación, pero “sigue limitado a la emisión de los

Laura Vanessa Mejía Olmos, estudiante del programa de Comunicación Social y Periodismo, asistente de investigación del proyecto de censura por pauta oficial del Observatorio de Medios y Opinión de la Universidad de Manizales.

contenidos sin censura previa y se refiere a la libertad de expresión de los dueños de los medios existentes y a la de los editores y periodistas”.

Según McQuail (1983), la censura es el control que los dueños del medio ejercen sobre los contenidos de sus propios comunicadores; la carencia de libertad se da porque deben omitir información, y las razones por las que esta se da son múltiples y dependen de la conveniencia del negocio. En un estudio realizado por la Universidad de Manizales (2019) sobre la incidencia de la pauta oficial en los medios de comunicación y en los periodistas, se encontró que el 59 % de los periodistas encuestados en el Eje Cafetero se han autocensurado en algún momento en los medios, y el 87 % de los 114 entrevistados considera que las entidades del Estado utilizan los contratos de pauta para ejercer control de los medios. Otros tratadistas piensan que la propaganda es una nueva forma de combatir ideologías y eliminar opiniones y señalan a la censura como una manifestación de violencia intelectual (Espacio de Comunicación Insular, 2008).

Otano y Sunkel (2003) afirman: “La autocensura supone un engaño a la propia conciencia, porque implica considerar ciertas presiones externas como si hubiesen sido libremente escogidas”, los comunicadores se abstienen de informar para no tener consecuencias directas o indirectas, ya que hay un sentimiento constante de ser vigilados por alguno de los actores en conflicto. La FLIP (2010) publicó una investigación en la que informó que una de las principales razones para que los periodistas se autocensuren es la pauta del estado, pues se ven sometidos a una presión tácita.

La publicidad oficial es la información que deben entregar los gobiernos a sus ciudadanos a través de los medios de comunicación (Secchi y Pavese, 2015). El Decreto 1737 de 1998 artículo 7 de la regulación colombiana, establece que la información estatal será divulgada por medio de avisos sólo cuando específicamente sea requerido en virtud de la ley, “se procurará la mayor limitación, entre otros, en cuanto a contenido, extensión, tamaño y medio de publicación, de tal manera que se logre la mayor austeridad en el gasto y la reducción real de costos”. El Estado debe garantizar el ejercicio de la profesión periodística de una manera transparente e independiente. “La publicidad estatal puede ser una herramienta útil y legítima en la comunicación entre el Estado y la población” (Asociación por los Derechos Civiles, 2010).

Las entidades del país en su mayoría no revelan la totalidad de información acerca de la contratación de publicidad oficial, “un ejemplo de lo anterior son los casos de las Alcaldías de Bogotá, Medellín y Barranquilla que ocultaron en promedio el 70% de la contratación de publicidad oficial, cuando la FLIP les preguntó sobre ésta” (FLIP, 2018). Para omitir información de interés público resuelven acogerse al secreto comercial y por ende, el desacato de la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública (1712 de 2014).

Metodología

Se llevaron a cabo seis entrevistas en profundidad a directores de carrera de universidades de Colombia que ofrecen pregrado en Comunicación Social y/o Periodismo. Las universidades fueron: Universidad del Norte en Barranquilla (UN), Francisco de Paula Santander (UFPS) en Cúcuta, Autónoma de Occidente (UAO) en Cali, Universidad de Manizales (UM), de La Sabana en Bogotá (US) y Externado de Colombia (UEC) en Bogotá.

El cuestionario estaba compuesto de 15 preguntas relacionadas con la pedagogía implementada en las universidades para formar a los futuros profesionales respecto a la realidad que vive el oficio hoy en día, sobre todo el periodismo y su relación con el poder. Los temas centrales a tratar fueron la política, el poder y la influencia de estos en los medios de comunicación, la libertad de prensa y de expresión, la censura y autocensura, la contratación de pauta oficial y las herramientas que proporciona la academia a los estudiantes para lograr una formación cercana a la realidad.

Resultados

Periodismo, poder y política

Barbero y Rey (1997) hablan de tres culturas periodísticas en las que están formando las Facultades a las nuevas generaciones: la primera es tecnocrática y moralizante, incapaz de asumir los riesgos éticos y políticos para ejercer de una manera seria el oficio; la segunda caracterizada por el difícil equilibrio entre saberes y adiestramientos prácticos con una formación social básica para renovar los discursos periodísticos y por último el escepticismo ético y político de la mayoría de jóvenes. “Cualquier parecido de estos tipos de cultura profesional del periodismo que proponen las Facultades de Comunicación con los que prevalecen en el ejercicio del oficio en este país es pura copia”. (1997)

Los medios nacen ligados a las familias pudientes y a los partidos políticos, pero en la actualidad la mayoría pertenecen a conglomerados económicos, donde se presenta una relación tensa que algunas veces no permite llevar a cabo el quehacer periodístico, pues los intereses económicos del medio se interponen. Por esto, desde la academia se plantean soluciones que se han venido reformando de acuerdo con las necesidades actuales.

Félix Lozano Cárdenas, director del Programa de Comunicación Social de la Universidad Francisco de Paula Santander de Cúcuta (UFPS), indica que son tres los elementos principales para contrarrestar esta relación, en un primer lugar tratan los componentes históricos sobre cómo nacen los medios y en manos de quién están; un segundo elemento es trabajar la estructura y cómo esta hace que el discurso periodístico esté permeado por las vinculaciones a los grandes grupos económicos que existen en el país y por último tener presente que en esa relación “los medios pertenecen a grupos económicos fuertes que manejan otros intereses y que manejan una perspectiva económica que el medio debe producir, que es una empresa y nadie en Colombia monta una empresa para perder plata”.

El medio debe responder a la expectativa que el ciudadano siembra en este, “el reconocimiento de la tarea periodística es fundamentalmente reivindicar derechos y no reivindicar riqueza ni producción de riqueza”, afirma Alberto Martínez Monterrosa, director del Departamento de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad del Norte en Barranquilla (UN). Añade que se enfocan en la identificación de las estructuras de poder institucional y poder manipulador, asociado a la delimitación de fronteras para que ningún derecho se sobreponga a otros.

La mayoría de periodistas y políticos tienen una relación dependiente, una permuta de recursos donde “el sistema político goza de una amplia capacidad para ofertar incentivos a los actores mediáticos a cambio de un tratamiento informativo privilegiado en términos de visibilidad pública” (Casero, 2009). Los diversos perfiles que se pueden identificar en las carreras afines a la Comunicación deben tener claro que hay principios éticos innegociables “que tienen que ver con el servicio público de la formación y la calidad que esta maneja”, asegura Adriana Villegas Botero, directora de la escuela de Comunicación Social y

Periodismo de la Universidad de Manizales (UM). Para Villegas, los medios de comunicación son un contrapoder que debe tener una lupa en las tres ramas del poder público, y no el “cuarto poder” como se ha dicho históricamente.

Libertad de prensa y censura

La formación de una opinión pública responsable depende de manera directa de la información que le brindan los medios de comunicación a la ciudadanía, pero varios países de América Latina utilizan la pauta oficial como censura indirecta, por lo cual las audiencias reciben información que no es imparcial (Becerra, 2014). Raúl Rodríguez Puerto, coordinador académico de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Externado de Colombia (UEC) en Bogotá, menciona que en dicha universidad hacen énfasis en el principio de la libertad de expresión como base esencial para informar y orientar a la opinión pública y a todas las audiencias de medios masivos y corporativos.

Los ciudadanos tienen el derecho a estar informados, pero la libertad de expresión se ve amenazada frecuentemente, logrando afectar la democracia de un país (Cabalin-Quijada y Lagos-Lira, 2009). Ante este tipo de situaciones en las que la problemática no es clara, según Juan Camilo Hernández Rodríguez, director del programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sabana (US), sede Bogotá, un buen periodista debe tener tres obligaciones como prioridad: buscar siempre la verdad a como dé lugar, tener responsabilidad social y promover el equilibrio informativo.

Según el director del Programa de CS&P de la UAO, Alejandro Peréa Materón, la Universidad Autónoma de Occidente (UAO) en Cali, maneja la libertad de prensa y de

expresión desde la declaración de Chapultepec de la Asociación Interamericana de Prensa y las Cartas de la Libertad de Expresión en la Constitución. Peréa sostiene que en Colombia hay un camino que se ha allanado hacia la libertad de prensa, pero que en los últimos años “los gobiernos han sido condicionantes de la información que se plantea a partir de los medios”, por lo que la academia plantea escenarios éticos para afrontar esa situación.

Adriana Villegas (UM) recuerda la frase de Carlos Gaviria Díaz, quien fue magistrado de la Corte Constitucional, “yo enseñé en clase, pero uno no tiene la culpa de los estudiantes que tiene”; con esto enfatiza que los educadores deben trabajar honestamente y entregar lo mejor de sí a sus estudiantes, pero la responsabilidad llega hasta ahí, pues la universidad no es un espacio de adoctrinamiento y “uno quiere que los estudiantes aprendan a pensar por sí mismos y a tomar decisiones por sí mismos”.

El capítulo V sobre Violaciones Indirectas a la Libertad de Expresión de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión (2003) señala que la pluralidad de medios que no dependan de grupos económicos es clave para una profesión periodística transparente e independiente. Alberto Martínez (UN) argumenta que para que no se presenten situaciones de censura y autocensura en los medios, se debe tener una actitud recia en lo moral y ético; “implica que tengas resuelta tu situación económica antes de acercarte al periodismo, este no es para subsistencia, el periodismo es para reivindicar derechos”.

Becerra (2014) señala que “la aparente incompatibilidad entre quienes piden regular la publicidad oficial y quienes cuestionan la concentración mediática, sustrae del debate el hecho de que en ambos casos aluden a recursos que son públicos, pero se gestionan como si no lo fueran”. La importancia de hablar con claridad y transparencia que ve Juan Camilo Hernández (US) se refleja en su universidad en materias como Deontología, Legislación de Medios y

Ética Periodística. Al momento de ejercer, opina que es el periodista quien debe decidir, con base en sus principios y formación, si está de acuerdo o no con la ideología del medio y “si no estoy de acuerdo con los principios que promulga, probablemente tendré posibilidades siempre de buscar otras opciones donde me sienta cómodo”. Agrega que muchas veces no se podrá informar con toda la libertad porque desde los gobiernos locales, departamentales o nacionales van a censurar a cambio de mantener la pauta.

Una adecuada regulación para la producción, contratación y distribución de la pauta oficial permite que el gran regente, la opinión pública, esté bien formada y posibilita un efectivo control periodístico y ciudadano (Asociación por los Derechos Civiles, 2010). “El periodista debe convertirse en una especie como de editor, el que sabe qué es lo importante, el que lo puede clasificar, caracterizar y darle la perspectiva”, opina Félix Lozano (UFPS), pero agrega que en los medios se trabaja con salarios bajos y condiciones complejas para quienes ejercen el oficio.

Contratación de pauta oficial

“La publicidad oficial debería ser entendida como un canal de comunicación entre el Estado y la población respecto de información de interés público”, aunque en la mayoría de casos se usa para promocionar funcionarios públicos (Asociación por los Derechos Civiles, 2010). Raúl Rodríguez relaciona el auge de las Tics con la pérdida de ingresos de los medios por publicidad, pero enfatiza que la pauta oficial “sigue condicionando la información (...) lo que afecta la objetividad e independencia del periodismo”.

Para Villegas Botero (UM), la asignación de pauta no es un problema de medios chiquitos o locales, sino un problema en general donde las entidades públicas deben utilizar la

pauta oficial para contarle a las sociedades qué están haciendo por medio de un contenido que “no disfrace de información lo que es publicidad” o que no incluya en el contrato la obligación de cubrir una rueda de prensa. Argumenta que la falta de criterios al momento de asignar la falta “suena mucho como a dedo o favor político o a cooptación”.

El director del Programa de CS&P de la UAO, Alejandro Peréa, menciona que los contratos deberían ser negociados con los medios directamente, pero que en algunos países de la región es común encontrar funcionarios de gobierno haciendo la pauta con el periodista directamente. Además de esto, destaca los casos donde la prensa es libre en otras sociedades y donde se respeta la constitución, como ejemplo para los estudiantes de la UAO; para Peréa, es propaganda cuando el Estado contrata con medios, pero cuando lo hace con los periodistas como personas naturales, “es un asunto de conflicto ético”.

La ADC (2010) destacó avances que se hicieron en Colombia para regular la contratación de pauta, pero “como consecuencia de la implementación de los Pactos de Transparencia promovidos por la Vicepresidencia de la República y la Fundación para la Libertad de Prensa (FLIP)”:

La Alcaldía de Cartagena aprobó una norma que se iba a implementar en el 2009, aunque se dio a conocer que el Comité de Pauta no utilizaba criterios objetivos en la distribución de la misma y había inconvenientes con el acceso a la información. Luego de esto, la FLIP (citado por ADC, 2010) destacó una mejoría en la entrega de información de publicidad estatal.

El Decreto 587 creó una comisión para la distribución de pauta, emitido en el 2009 por la Gobernación del departamento de Bolívar; pero la FLIP pidió criterios objetivos y transparentes para la distribución.

En el Eje Cafetero, Caldas aprobó el Decreto 0215 de 2010, sin embargo la Administración no proporcionó información para implementarlo, presentando dificultades. A pesar de que a nivel regional se ha intentado buscar una regulación, debe ser desde el Estado la propuesta para que se implemente nacionalmente.

La solución que postula Félix Lozano (UFPS) que se debe hacer desde la academia es interactuar con los medios y las empresas para fortalecer el ejercicio periodístico, otro punto clave que señala es fortalecer los gremios, colegios y federaciones de periodistas para aumentar el apoyo.

Herramientas desde la academia

Roveda (2007) considera que la modernidad cedió la responsabilidad de los procesos de enseñanza y aprendizaje a la academia y que desde allí deben formar “un nuevo profesional de la comunicación y el periodismo, idóneo, capaz, sensible, responsable, comprometido y ético; pero, a su vez, exigirá un entorno abierto a la transformación, dispuesto al diálogo y cercano para la interacción”.

Daniel C. Hallin y Paolo Mancini (2008) (citados por Cristancho, 2014) detallan que “un mayor grado de profesionalización periodística minimiza la posibilidad de instrumentalización política y/o económica sobre los medios de comunicación y los periodistas”. Por esta razón se toma a los medios de comunicación como evaluadores de las sociedades democráticas. “Creo que para ejercer el periodismo, ante todo, hay que ser un buen hombre, o una buena mujer: buenos seres humanos. Las malas personas no pueden ser buenos periodistas” (Kapuscinski, 2002, p. 38).

Los entrevistados de las seis universidades resaltaron los retos que tiene la labor periodística en la realidad y los instrumentos brindados desde la academia a los futuros profesionales en Comunicación y afines:

Universidad del Norte. Los principales retos son el compromiso con la verdad, salir de las Facultades con la idea de cambiar el mundo que los críticos, “abnegados de la nostalgia, dicen que no han podido cambiar (...) no conjugar tanto las expectativas voyeristas de una sociedad que se festeja con el espectáculo y con la noticia negativa”, señala el director de la UN, Alberto Martínez. Agrega que trabajan fuertemente en el emprendimiento y en tener la conciencia tranquila, pues según él, se debe establecer distancia y recordar que el periodista no se debe a la empresa que le está dando el salario, sino al ciudadano.

Universidad Francisco de Paula Santander. Félix Lozano afirma que el periodismo está cambiando en su quehacer y sus narrativas, tiene unos principios éticos universales, pero hay expectativa en la manera en la que se debe hacer. Entre los debates sobre la formación, el director del Programa de CS de la UFPS, indica que dar respuestas concretas es complicado; pues “mientras estamos pensando en cómo ejercer por ejemplo el periodismo web, han surgido 20 o 30 plataformas nuevas”; además, contempla la posibilidad de que el periodismo sea un posgrado.

Uno de los mayores retos que considera se debe abordar, es confrontar la manera en la que los medios ven al periodista, ya que le dicen a las Facultades que no forman a los comunicadores para que respondan a las lógicas actuales, pero le piden al periodista que realice más de diez funciones y “le pagan 900 mil pesitos, como si fuera una sola”.

Universidad Autónoma de Occidente. La Universidad tiene laboratorios de periodismo donde los estudiantes pueden explorar las vertientes a través de los medios de comunicación que tienen con una editorial libre.

Los aspectos de corrupción en cuanto al periodista que tiene conocimiento universal y está en capacidad de informar a las personas para tomar decisiones son el mayor reto que ve Alejandro Peréa.

Universidad de Manizales. La Cátedra Orlando Sierra, el Observatorio de Medios y los debates que proporciona la Universidad, son algunos ejemplos de los elementos que se brindan para la formación de los futuros periodistas en aras de desarrollar un pensamiento crítico en ellos.

Uno de los retos que se debe aprender a manejar es cómo ser sostenible ante una sociedad que necesita más periodismo de calidad, en el cual se filtre solo información real y veraz. Adriana Villegas señala que “tenemos una sociedad que quiere información gratis (...) no quiere pagarle la publicidad a los medios, sino a Facebook y ahí hay un reto de sostenibilidad enorme”.

Universidad La Sabana. Estar en un diálogo constante entre la academia y el sector de la industria de la comunicación es el eje central que manejan en la U. La Sabana para que los estudiantes respondan a las demandas del mercado. El objetivo de esto es cerrar la brecha con grupos focales, visitas a empresas y a medios. Juan Camilo Hernández expresa: “En La Sabana no le tenemos miedo a la crítica que nos puedan hacer otras universidades, de hecho invitamos constantemente a que critiquen nuestras propuestas curriculares”.

Universidad Externado. La experiencia en medios de docentes periodistas o comunicadores y la capacidad pedagógica que tengan es considerado por Raúl Rodríguez un punto cardinal. Además de producir contenidos para sus propios medios universitarios, puesto que “la teoría debe y necesita complementarse con la práctica”, refiere.

Conclusiones

No hay una respuesta concreta para darle solución a la problemática presentada en el periodismo hoy en día, las Facultades de comunicación están repensando cómo generar en el periodista nuevos valores, una nueva forma de ejercer su profesión.

La pauta pública y privada es un determinante para el sesgo de un periodista o medio de comunicación, desde que no existan regulaciones a nivel nacional que respalden el ejercicio periodístico; los ciudadanos serán los principales afectados; pues el Estado debe ser el garante de soluciones a los atentados contra el oficio que llevan a la censura y autocensura.

La relación estado- medios de comunicación no debería ser nociva, pero en un país como Colombia, donde se mezclan los papeles, es indispensable redimensionar el quehacer del oficio, tener el criterio para diferenciar los actores de la esfera pública e informar éticamente a la sociedad. Son los periodistas quienes deben hacer respetar su labor.

Las universidades deben llevar de la mano la teoría y la práctica, realizando talleres donde los estudiantes puedan trabajar lo aprendido en la academia, fomentar en ellos el compromiso con la verdad para enfrentarse a un medio que algunas veces premia al corrupto y no al justo.

El emprendimiento es uno de los principales focos de interés para la academia, desde las Facultades deben enseñarle al estudiante que puede crear empresa y no estar subordinado por una pauta que probablemente solo estará disponible por el periodo de gobierno.

La ciudadanía forma su criterio a raíz de la información que los medios de comunicación le proporcionan; por esto en una democracia es necesario un periodismo que esté comprometido con la sociedad, un periodismo autónomo, que informe libremente.

Se debe educar a la sociedad para no solo exigir, sino también cooperar en la labor del oficio al momento de consumir, pues deben hacerlo con responsabilidad, impulsando espíritus democráticos.

El mercado laboral carece de espacio para la demanda de graduados en Comunicación Social y Periodismo. Se debe reinventar el ejercicio periodístico para que no vaya en decadencia, que no se culmine; ya que las facultades están preparando a los futuros periodistas con habilidades diferentes a las que se necesita hoy en día en el oficio.

Referencias

Artículo 13. Convención Americana sobre Derechos Humanos, San Juan, Costa Rica, 2 de noviembre de 1969.

Asociación por los derechos civiles. (2010). Abuso de publicidad oficial y censura indirecta en América Latina (2008-2010). Recuperado de:

<http://biblioteca.cejamericas.org/bitstream/handle/2015/3219/4ccee269a57336.11912375.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Becerra, M. (2014). Medios de comunicación: América Latina a contramano, *Nueva Sociedad*, (249), 61-74. Recuperado de: http://nuso.org/media/articles/downloads/4003_1.pdf

Cabalin-Quijada, C., & Lagos-Lira, C. (2009). Libertad de expresión y periodismo en Chile: presiones y mordazas. *Palabra Clave*, 12(1), 37-59. Recuperado de: https://www.academia.edu/1836162/Libertad_de_Expresi%C3%B3n_y_periodismo_en_Chile_Presiones_y_mordazas

Casero, A. (2009). El control político de la información periodística. *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 354-366. Doi: : 10.4185/RLCS-64-2009-828-354-366

Cristancho, A. (2014). Regulación de los medios de comunicación en Centroamérica: oportunidades y desafíos. Recuperado de: <http://files.pucp.edu.pe/sistema-ponencias/wp-content/uploads/2014/12/Ponencia-ALACIP.pdf>

Fundación para la Libertad de Prensa. (2018). No más impunidad en crímenes contra la prensa. Recuperado de: <https://flip.org.co/index.php/es/informacion/pronunciamientos/item/2287-no-mas-impunidad-en-crimes-contr-la-prensa>

Fundación para la Libertad de Prensa & Medios para la Paz. (2010). Informe Multimedia:

Autocensura y practicas periodísticas en el periodismo Regional. Recuperado de:

<https://flip.org.co/index.php/es/publicaciones/informes/item/1013-la-flip-y-mpp-lanzan-el-informe-e2-80-98pais-lejano-y-silenciado-autocensura-y-practicas>

Gómez Mompart, J. L.; Gutiérrez Lozano, J. F.; Palau Sampio, D. (eds.). (2013).

La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales. Aldea Global.

Comisión Interamericana de Derechos Humanos. (2010). Informe de la Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. Recuperado de:

<http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/anuales/Informe%20Anual%202010%20ESPI.pdf>

Kapuscinski, R. (2002). Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo.

Barcelona: Anagrama.

La Liga Contra el Silencio. (2019). Despidos de periodistas causan miedo y silencio

en los medios colombianos. Recuperado de: <https://ligacontraelsilencio.com/2019/04/10/despidos-de-periodistas-causan-miedo-y-silencio-en-los-medios-colombianos/>

Martín-Barbero, J., & Rey, G. (1997). El periodismo en Colombia de los oficios

y los medios. Signo Y Pensamiento, 16(30), 13 - 30. Recuperado de:

<https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2860>

McQuail, Denis. (1983). Introducción a la teoría de la comunicación de masas,

Barcelona: Paidós Ibérica.

Ministerio de Educación Nacional. (2017). Compendio estadístico de la educación Superior Colombiana. Recuperado de: https://www.mineduacion.gov.co/1759/articles-360739_recurso.pdf

Observatorio de Medios y Opinión de la Universidad de Manizales. (2019). Proyecto Censura por pauta oficial.

Otano, R. & Sunkel, G. (2003). Libertad de los periodistas en los medios, Chile: Dialnet.

Perfiles de la censura y la autocensura en República Dominicana. (2008). Espacio de Comunicación Insular: Media Development.

Roveda, A. (2007). ¿Es posible la formación de un pensamiento estratégico en las escuelas de comunicación y de periodismo?. Signo Y Pensamiento, 26(51), 98 - 107. Recuperado de: <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/3715>

Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. (2003). Violaciones Indirectas a la Libertad de Expresión, Capítulo V. Recuperado de: http://www.oas.org/es/cidh/expresion/showarticle.asp?artID=440&lID=2#_ftn1

Reporteros Sin Fronteras (2019). Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa 2019. Recuperado de: <https://www.rsf-es.org/grandes-citas/clasificacion-por-paises/>

Sapiezynska, E. (2012). La libertad de expresión y los medios de comunicación en Chile hoy: desafíos actuales para los estudios de la comunicación política. Recuperado de: https://www.researchgate.net/profile/Ewa_Sapiezynska/publication/269092493_La_libertad_de_expresion_y_los_medios_de_comunicacion_en_Chile_hoy_desafios_actuales_para_los_estudios_de_la_comunicacion_politica/links/547efa3a0cf2de80e7cc6ff8.pdf

Secchi, P., & Pavese, R. (2015). ¿De qué hablamos cuando hablamos de publicidad oficial?. Recuperado de: <http://poderciudadano.org/sitio/wp-content/uploads/2015/07/De-que-hablam-when-we-talk-about-official-advertising-art.-from-the-book-Turbulent-Times.pdf>