

PRINCIPIOS DEONTOLÓGICOS DEL PERIODISMO DIGITAL: UNA APROXIMACIÓN AXIOLÓGICA A LA REALIDAD

Ulpo Katherine¹, Cabrera Shirley², Guerrero Solange³, Córdova Edmundo⁴, Pezo Claudia⁵,
Medina Laura⁶

alicia.ulpok@ug.edu.ec¹, shirley.cabreraa@ug.edu.ec², sguerrerov@unemi.edu.ec³, edmundocordovad@ug.edu.ec⁴, claudia.pezoc@ug.edu.ec⁵, laura.medinaa@ug.edu.ec⁶
<https://orcid.org/0000-0002-2190-0740>¹, <https://orcid.org/0000-0002-8415-4706>², <https://orcid.org/0000-0002-8641-3687>³, <https://orcid.org/0000-0003-2402-4536>⁴, <http://orcid.org/0000-0002-5571-4325>⁵,
<http://orcid.org/0000-0001-5877-500X6>⁶
Universidad de Guayaquil-Ecuador

Recibido (04/05/20), Aceptado (15/05/20)

Resumen: La ética en la era digital tiene un compromiso con la narrativa de la noticia, la misma conlleva a la credibilidad y a la honradez al momento de informar. El periodista actual ha conseguido un gran apoyo en los medios digitales, reconfigurando su perfil, que le permite ser creador de contenidos interactivos sin salir de parámetros establecidos por la ética. Sin embargo en los últimos años, el periodista utiliza información, a través de las redes sociales, de forma irresponsable, apropiándose de la noticia sin respetar la fuente, transgrediendo la humanidad del usuario y el principio de la ética de divulgación de información. En este trabajo se explica el desafío que tiene el periodista digital para mantener la ética y proponer algunas aproximaciones deontológicas adaptables en el periodismo electrónico. Esta investigación reflexiva de tipo crítico-documental y se fundamentó en los principios teóricos de algunos autores destacados. Finalmente se concluye que la ética del periodista no debe desligarse de su función diaria y el aprovechamiento de los medios digitales debe estar sujeto a un comportamiento ético y apropiado para la difusión de la información.

Palabras Clave: Periodismo Digital, ética profesional, difusión de la información.

DEONTOLOGICAL PRINCIPLES OF DIGITAL JOURNALISM. AN AXIOLOGICAL APPROACH TO REALITY

Abstract: Ethics in the digital age have a commitment to the narrative of the news, it leads to credibility and honesty when reporting. The current journalist has obtained great support in the digital media, reconfiguring his profile, which allows him to be the creator of interactive content without leaving parameters established by ethics. However, in recent years, the journalist uses information, through social networks, irresponsibly, appropriating the news without respecting the source, violating the humanity of the user and the principle of the ethics of disclosure of information. This work explains the challenge that the digital journalist has to maintain ethics and propose some adaptable deontological approaches in electronic journalism. This reflexive documentary-critical research was based on the theoretical principles of some prominent authors. Finally, it is concluded that the journalist's ethics must not be separated from his daily function and the use of digital media must be subject to ethical and appropriate behavior for the dissemination of information.

Keywords: Digital journalism, professional ethics, dissemination of information.

I. INTRODUCCIÓN

La comunicación digital ha establecido particularidades que han perjudicado de forma categórica la manera de construir el periodismo actual sobre todo de entender su finalidad. Algunos autores [1] aseveran que esto es debido a que los nuevos entornos comunicativos están cargados de constante interacción, abusos en el uso de las estructuras hipertextuales, la actualización continua de los temas informativos, entre otros.

Los nuevos tiempos han traído como resultado un contexto absolutamente distinto al habitual, ya que, en tiempos anteriores, el ejercicio periodístico asumía una evidente condición de autoridad frente al público consumidor de este medio, caracterizado por su conformidad. En la actualidad, este contexto se ha transformado, entre otros factores, por la aceptación de recientes roles comunicativos sumidos por este tipo de público.

El nacimiento del periodismo siempre será sostenido por los avances que pueda dar la tecnología; la imprenta hizo posible la rapidez de la difusión de esta, siempre ha estado sostenida de la tecnología, la revolución estuvo a cargo de la prensa y esta posibilitó el liberalismo y el aprendizaje. En el siglo XX la prensa fue la protagonista, luego apareció la electrónica y se hizo posible la aparición de los medios audiovisuales como la radio y la televisión, que hicieron que la noticia fuera más rápida y clara. Se veía la instantaneidad de la información, consolidándose este papel social de los medios, a pesar de que no deja de ser un proceso libre de contraposiciones, ayudando también a satisfacer la necesidad de comunicar en un nuevo escenario.

El periodismo digital a nivel mundial ha tenido gran acogida por ser una manera más cómoda, fácil y rápida de obtener la información. América y Europa han sido los continentes con más organización en lo que a periodismo digital se trata, las nuevas tecnologías han hecho de este medio una gran empresa que ha ayudado a las empresas de comunicación a tener un mayor progreso. Según la referencia [1], el profesional del periodismo se ha visto más libre en su trabajo pero ha tenido mayor competencia, la noticia se ha vuelto más rápida y ha llegado a sitios más lejanos, logrando solucionar problemas sociales.

La acción periodística debe tener como finalidad llevar a cabo los propósitos sociales que se han establecido indistintamente del tema que se desarrolle o del medio de comunicación social que se emplee para su divulgación [2]. La presencia del periodismo digital ha permitido la aparición de múltiples retos y dilemas que deben afrontar los profesionales de la comunicación. Dichas circunstancias pueden ser abordadas por los principios éticos establecidos ya que sirven de guía al periodis-

ta para que cumpla su función responsablemente; sin embargo, en la actualidad, es necesario replantearlas con el fin de que se ajusten a las nuevas perspectivas y exigencias del periodismo que se desarrolla, y también para que se adapten de manera eficaz a los nuevos ecosistemas digitales [3].

El principal objetivo del presente trabajo fue explicar la importancia de los principios deontológicos en la profesión del periodismo digital, sustentados en significativas investigaciones que explican los parámetros éticos, tales como la honestidad y la veracidad, en las informaciones obtenidas de los hechos acontecidos en la sociedad.

Se han analizado relevantes documentos sobre los códigos éticos y principios deontológicos aplicados en los medios periodísticos tanto en España como en Latinoamérica, entre ellos los códigos específicos creados por los medios de comunicación para su uso en plataformas digitales, la profesión del periodista ante los retos éticos en los medios digitales, el periodismo y el manejo de la verdad, entre otros aspectos.

II. DESARROLLO

A. Trascendencia del periodismo actual

El desarrollo estructural de la comunicación del siglo XXI ha propiciado el desarrollo de nuevas formalidades narrativas en el periodismo. Hasta ahora no se pueden atender líneas de comunicación preexistentes en los medios, sin embargo, los nuevos periodistas comienzan a publicar trabajos con un estilo narrativo innovador que da respuestas a la problemática que acoge al periodismo en la actualidad, teniendo una gran acogida por la comunidad científica y el público en general [4].

En este sentido, la narrativa es una formalidad de comunicación basada en la transmisión de un contenido, o hecho periodístico, a través de diferentes medios, considerando las propias fórmulas de expresión de cada uno de ellos. Esta narrativa se caracteriza por la búsqueda de la participación del disertante quien, al menos, formará parte estratégica del suceso [4]. El concepto de esta manifestación, para el efecto de la narración, es relativamente innovador. Lo anteriormente planteado da por hecho que el periodista, por medio de un coherente estilo narrativo, es el que trata de llevar información global al consumidor de este tipo de medios; y en esa acción se debe respetar la verdad. Esto se ve representado en el hecho en la función del periodista, es decir, no se limita a divulgar la información, sino por el contrario, las procesa, las ordena y las ajusta. Esto convierte al periodismo en actividad de trascendencia para el desarrollo social de una nación, para el fortalecimiento económico

y su proyección cultural.

Los tiempos modernos han generado importantes cambios en la labor periodística, desde informaciones súper abundantes, hasta las delicadas cercanías con el poder político y económico, impulsando importantes pérdidas de credibilidad y fragilidad en las instituciones periodísticas [5]. En cuanto a la necesidad de hacer posible la necesidad periodística debemos renovar el estilo de la comunicación, el periodismo ejerce gran ayuda para conseguir todo lo propuesto ya que, este posee una gran relación en las estructuras que conforman los países; el periodismo será la potencia que ayude a estos grandes cambios.

El periodista debe considerarse una persona pulcra, con valores establecidos, con conciencia analítica. Para algunos autores [6] la formación de un periodista ha sido motivo de preocupación, quienes propusieron, al principio, líneas formativas y proyectos de estudios ejemplares y, con estos, no desvirtuar el ejemplo de una buena información. Dichas propuestas fueron creadas con el propósito de concebir la formación humanística y técnica del periodista, a través de asignaturas voluntarias donde el periodista adquiere una gama de conocimientos que ayudan a fortalecer su trabajo y así mismo reforzar el contenido noticioso [6]. Todo ello basado en el contexto jurídico que rigen esta práctica de fundamental importancia a la sociedad.

El profesional del periodismo es el que facilita el acceso de la noticia a la ciudadanía, este es su principal trabajo: proporcionar información veraz. A través de ella debe denunciar y de esta forma construye la opinión pública; hacerla visible y verdadera, esta no debe estar desvirtuada [7].

B.El valor de la profesión periodística

El profesional de la noticia debe ser capaz de hacer que esta sea lo más clara posible, explicativa, de fácil consumo; es necesario que la misma sea una información rigurosa, veraz y clara, para esto la profesión periodística debe formar ética y valores en el sujeto, no debe prevalecer la deshonra, mentira, falsedad. El perfil de un buen periodista debe hablar de la rectitud que ayudaría a solucionar problemas sociales, el impacto de esta se ve cuando dicho profesional hace que su noticia pasa a ser conocida a la sociedad llevando la solución que se quiere y esta debe ser pública para que llegue a los entes que puedan solucionar el caso.

El activismo del periodista científico es el primer paso que dar para conseguir soluciones en el mundo de la noticia. El periodismo científico habla, que el trabajo activo es el que lleva más al conocimiento que el estudio mismo, basándose que el trabajo de periodismo

es más provechoso en su práctica [8]. La exigencia de este tipo de exposición se manifiesta a diario cada día en nuestro medio social, tanto en los medios políticos como en el común ciudadano. Por esta razón, y con el fin de esclarecer cual es el rasgo de los periodistas que deben debatir con tal aceptación, cómo se han formado y cómo ellos mismos creen que han requerido ser.

Es un gran compromiso el que se adquiere cuando un profesional del periodismo está consciente que debe ser el que procesa, limpia y da la noticia a la sociedad, la misma debe ser lo más cercano a la realidad, al acontecer real, desde la aparición de los primeros periódicos hasta los teléfonos inteligentes el hecho noticioso se ha fortalecido; ya que se ha tenido más facilidad y rapidez, más veracidad más enfoque analítico al momento de procesar la noticia. El periodista que busca la noticia utiliza todos los medios de comunicación posible, y actualmente se basa en el buen uso de las redes sociales como la principal herramienta de trabajo [9].

La profesión periodística no es más que el desempeño de llevar una noticia en su plena verdad, la noticia falsa (FAKE NEWS) corre por los medios de comunicación más aceleradamente que la información veraz, sin dar importancia a la destrucción que conlleve. No obstante, las noticias falsas deben entenderse como un elemento íntimamente relacionado tanto con la citada desinformación, que es la problemática mayor dentro de la que se incluyen el desarrollo de esta, en la que las emociones ganan peso y a su vez el cambio del razonamiento público sin importar lo desvirtuado de la noticia, acarreado la destrucción de los hechos [10].

Cada día el profesional de la información se le hace más fuerte en este medio de trabajo, la calidad de la noticia que se espera a través de alguna red social no es confiable, el profesional del periodismo se debate entre la falsedad que es lanzada por usuario común y la que en verdad este profesional tiene en sus manos [11]. Es por ello que la noticia, debe ser adaptada, filtrada, ajustada antes de ser enviada al consumidor final al que se quiere llegar. La condición más alta en la noticia es ser pulcra, con ella se gana la reputación las grandes empresas periodísticas ya que se hace un trabajo impecable. En estos últimos tiempos la noticia es muy tergiversada y la transparencia de esta ha desaparecido. En este sentido, el mal uso de las nuevas herramientas de la información están dañando esta labor al no ser de cabal reconocimiento, en estos tiempos el usuario de un teléfono inteligente consigue y tergiversa cualquier situación noticiosa y la hace viral en poco tiempo, creando así una mala reputación periodística [11]. Las grandes empresas que buscan y dan la noticia han tenido grandes pérdidas y el trabajo para resurgir se haya en la

búsqueda de periodistas centrados, con amor a la ética y, a la verdad.

No es suficiente contar el mensaje, sino que hay que adaptarlo a los diferentes grupos y transmitirlo. Entre la profesión periodística está el derecho de lograr que el público obtenga la información, en tal sentido, ningún ente debe prohibir a este que oculte algún acontecimiento que suceda, que pueda causar algún daño o molestia a la ciudadanía en general. Esta profesión, es muy estricta ya que se debe a la sociedad global [12], no puede modificar ni ampliar el concepto, la realidad es lo que el periodismo debe buscar y, hacer que los entes que regulan el ambiente actúen de manera clara y con justicia, el periodismo no debe recibir reformas que desvirtúen el hecho ya que caería en mediocridad y hasta podría ser causante de grandes corrupciones como se está dando en algunos países muy mal encausados por noticias falsas.

C. La ética en el periodista

Cuando se habla de ética, es el principio, el valor en todo trabajo, acá se habla de lo que conlleva a ser creíble, a lo que está sustentado por valores, solo se es ético si es verdad. El trabajo del periodista no está exento de estos valores que hacen la credibilidad en la noticia, que da confianza; acá entra la dignidad del periodista en tener una ética absoluta, sin dejarse llevar por la falsedad. Muchas veces por no indagar en el hecho noticioso cae en el error que puede transformarse en calumnia, o simplemente por no tener una comunicación honrada con el consumidor final de la misma, cuando se da la veracidad en la noticia esta automáticamente genera en el lector da confianza y hasta pasa hacer muchas veces la solución de algún problema social, se busca en la verdad de la noticia: la estabilidad social, la buena reputación, un hecho noticioso que conlleve al desarrollo estable de una sociedad, esto es lo que se quiere en todo los ámbitos sociales, el vivir en armonía es parte de una buena noticia [13].

La invasión de los nuevos argumentos periodísticos del último tercio del siglo XX cuestiona la validez del modelo de la objetividad, recobrar el significado de la perspectiva personal y de los recursos cultos para enriquecer aún más los textos periodísticos [14]. Las corrientes fueron fuerza nueva donde se encontraron el potencial de la subjetiva. Hoy la verdad y sus principios teóricos se siguen imponiendo en muchas redacciones de profesionales del periodismo los cuales los hacen creíbles, y a su vez de una mayor relevancia en el mundo de la noticia.

El profesional del periodismo da al público informaciones exactas, la distorsión de un hecho noticioso

conlleva a la falta de ética, en lo deontológico del periodismo se destaca los principios: verdad, precisión, independencia, equidad, imparcialidad, humanidad y responsabilidad. La ética esta enlazada con la precisión de la noticia esto solo se dará cuando el periodista tenga una conciencia de que participa en la solución de un problema a través de la veracidad que este da a través de la información noticiosa. Cabe destacar que debe haber una profunda y exhaustiva investigación para que sirva a su mejor entendimiento y veracidad y así promueva el bien común.

El profesional del periodismo debe ser el ente que regule la información, que lleve el control de la misma, ningún periodista debe quebrantar sus normas de la ética y deontología, todos han pasado por casas de estudios que aplican estas normas y deben ser para el buen funcionamiento de dicho trabajo, el profesional debe ser parte de los valores de la sociedad y así poder ver el acontecer diario, debe estar a la altura de la sociedad donde acontece el hecho, amoldarse a la cultura que es noticia o a donde nace la noticia, debe ser básicamente un miembro más del ambiente, con esto logra la claridad, la transparencia sin llegar a distorsionar el argumento noticioso [12].

La falsedad en el periodismo ha ganado terreno en varias fuentes periodísticas ya que el hecho noticioso lo han trabajado para que las emociones en el lector sean el factor principal de impacto, para esto se busca la noticia que sea visual, esto ha generado que la ética periodística pase a un segundo plano, muchos de los directores de medios de información miden el éxito noticioso por la rapidez en la cual se difunda la información. Logran que la emotividad en la construcción de la noticia real sea nula. Muchos periodistas en la actualidad trabajan en conseguir que la noticia sea emocionante pasando de lo ético y deontológico a lo falso, el periodista debe ser autocrítico ya que la noticia pasa por diferentes fases.

D. El periodismo digital y sus principios deontológicos

La expresión periodismo digital es más extensa de lo que se cree, ya que se destina a todo aquel periodismo que se ejerce a través de tecnologías digitales. La diferencia con el término ciberperiodismo es sutil, pero notable. Esta expresión acoge todas las modalidades de periodismo que necesitan de recursos digitales, se concibe, por tanto, no sólo los recursos que se ofrecen en internet y todas las redes móviles, sino también, la radio y televisión digital [15].

La aparición de la sociedad de la información trajo como resultado el periodismo digital, término empleado por algunos sociólogos para señalar la actual sociedad

postindustrial, procedente de la tercera revolución industrial [16]. Actualmente, las ciencias relacionadas a la computación e informática que abarcan tanto los dispositivos digitales y programas de software, como las redes telemáticas, son las dos columnas que soportan la sociedad de la información, y en consecuencia el periodismo digital.

El periodismo, desarrollado en Internet y en las redes sociales, es un fenómeno nuevo; es importante resaltar que las fases de evolución del periodismo han sido considerablemente rápidas dentro del desarrollo tecnológico. En este sentido, es necesario tratar temas de trascendencia en cuanto al manejo y transmisión de la información a través de los medios digitales, tales como los principios deontológicos en el periodismo digital.

Actualmente la mayoría de las personas acceden a la noticia a través de la plataforma de los medios sociales, estas están sujetas a la tecnología digital. Un teléfono inteligente basta para obtener cualquier cantidad de noticia no depurada, el usuario común publica cualquier noticia a través de las redes sociales y esta se hace viral en cuestiones de segundos, esta hace una alarma en la sociedad que puede generar aún más la complicación de un sencillo problema [17].

La industria del periodismo apenas se alzaba con la adaptación a internet cuando los medios sociales ya encaminaban a pasos gigantes delante de esta industria, ellos se encargaron de explotar todo. La revolución del trabajo periodístico digital no llega con la internet, este tiene grandes sustentos en las redes sociales, alterando el medio de consumo, las relaciones personales, la reproducción del tema noticioso. El mundo conceptual del periodismo se vio y se ve en el presente y futuro muy degradado por los medios sociales, haciendo que la noticia sea veraz o no.

Las redes sociales han traído consigo una devastación al mundo de la noticia, se ve una inestabilidad en la veracidad de la misma muy tangible, el consumidor de la noticia se le dificulta en estos tiempos una opinión sobre lo que leen ya que la misma información puede ser falsa, también a esto agregamos que debemos saber discernir que leer y que no, las redes sociales seguirán tergiversando información y estas pasaran a ser parte del problema [17].

III.METODOLOGÍA

La metodología de este trabajo estuvo centrada en la revisión bibliográfica de diversos textos de tipo deontológico en el Periodismo Digital. De esta manera, se han analizado investigaciones relacionadas a la ética digital [18], a la deontología y noticias falsas [19], el perfil del periodista científico [8], la reflexión sobre los códigos

éticos en el ciberperiodismo español y latinoamericano [2], entre otros estudios de interés.

La técnica de estudio que se ha empleado es el análisis de contenido de la ética y los principios deontológicos mencionados. Se han evaluado relevantes documentos que hacen un estudio minucioso sobre los códigos éticos y principios deontológicos aplicados en los medios periodísticos tanto en España como en Latinoamérica.

La documentación científica es cada vez más cuantiosa, los investigadores aseguran que el periodismo digital, como parte fundamental en la promulgación de la noticia, no debe omitir los valores éticos y los principios deontológicos que son aplicados a cualquier modalidad y medio del ejercicio periodístico.

IV.RESULTADOS

En base al estudio y al análisis de los textos comparativos de medios de comunicación digitales de Latinoamérica y España se pudo evidenciar que en la mayoría de ellos se utilizan principios deontológicos que se trasladan del periodismo escrito, relacionados a la verdad, precisión, independencia, equidad, imparcialidad, humanidad y responsabilidad.

Una noticia que ha causado interés en la comunidad periodística es el caso de George Floyd [20], el afrodescendiente de Estados Unidos que fue asesinado por un policía blanco, cuyos hechos fueron filmados por un tercero. Esta noticia es un ejemplo interesante para la sociedad, pues el cuestionamiento de la filmación se resalta ante la nulidad de la intervención para ayudar para a una persona. Sin embargo se cumplieron los principios fundamentales de la información, cubriendo un hecho real de manera imparcial y de forma inmediata.

Se considera primordial el testimonio presencial, la formación en las universidades aún con asignaturas de ética y valores para evitar la deshonra y la falsedad. El condicionante de más prestigio es que dentro del mundo digital hay que tratar de prevalecer como lo hacen in situ las grandes empresas periodísticas a las que se conocen como oficiales. Por ello, el reportero debe ser impecable, claro y conciso.

Actualmente se habla de ética digital y esta debe ser generada mediante un proceso de valores, tanto en el usuario común como el de un profesional, la ética en los medios digitales es la responsabilidad de un colectivo en su dialogo. En las redes sociales se hace mucho más difícil controlar o saber cuándo la ética esta por delante ya que no hay seguridad del hecho noticioso, en cambio, en el medio impreso está más supervisada y casi siempre corresponde a empresas con principios y valores.

Trabajar para que la ética digital permita dar o garantizar una noticia veraz es cada vez más difícil ya que no se tiene el control de medios, como antes se ha expresado, el usuario de un smartphone puede lanzar algún tipo de información no supervisada, bien sea bullying, sexting, o cualquier otro tipo de acoso. Para comprender y fomentar la diversidad cultural en los seres humanos a través de la sociedad digital, es necesario un diálogo ético intercultural a partir de una filosofía intercultural y dialógica [21].

Las características esenciales en los medios digitales han distorsionado la comunicación, lo interactivo se ha vuelto una constante masa de comunicación sin valor, la cual está llevando a la misma a que los antivalores resalten en el contexto noticioso. El resultado de todo esto es que la noticia no tenga el valor que se quiere.

A raíz de adoptar estos nuevos patrones de información ha surgido la discrepancia entre lo ético, deontológico y se van degradando los principios de la información, esto acarrea una serie de problemas que la sociedad vea la noticia como un hecho irrelevante, al caer en cuenta que la noticia es falsa, acosadora, vulgar pasa a ser un problema más para el consumidor final [18]. Una de la característica más relevante que debe tener un medio de comunicación debe ser la retroalimentación entre el usuario y el hecho noticioso para así llegar a una información veraz, creíble y hasta puede llegar a ser la solución de un problema.

El ejercicio de la profesión periodística sin fundamentos éticos es una tergiversación de la realidad; no debe ser considerado como relato informativo: “El periodismo sin ética deja de ser periodismo; puede ser propaganda, un relato de ficción o noticias que no deberían haberse publicado” [22]. Sin embargo, no necesariamente el periodismo sin ética distorsiona los sucesos acontecidos en la sociedad, pero si se convierte en un relato que transgrede los derechos universales de los ciudadanos como, por ejemplo, el derecho a la privacidad, el derecho a la protección contra los riesgos que puedan afectar su salud psicológica, entre otros. En este sentido, un periodismo concebido sin ética es irresponsable, y quiebra su objetivo social para con los usuarios de este tipo de medio de comunicación.

De allí la importancia de que el periodista al momento de redactar la noticia realice una interpretación objetiva de los hechos y datos obtenidos. Es sustancial que el periodista tenga una formación sólida para que al momento de obtener la información sepa recorrer el camino metodológico más acorde para hallarla; para ello será necesario aplicar los principios deontológicos que permitirán tratar con respeto tanto a los lectores como a su fuente de información [22].

El periodismo digital se ha desarrollado y establecido en todo el mundo, influyendo en el tratamiento y transmisión de la información a sus usuarios, especialmente en los países de América y Europa, con una gran recepción y mayor organización entre los profesionales de la información y comunicación de manera individual y/o colectiva. El trabajo del periodista es cumplir a carta cabal lo establecido en dichos códigos y principios que, sustentados con la investigación, con el uso consciente de las nuevas tecnologías y con las nuevas plataformas digitales puedan cumplir con el objetivo principal de la labor periodística, a saber, obtener y transmitir los hechos noticiosos de manera confiable y veraz [23].

En América y Europa la organización que ha tenido el periodismo digital ha sido contundente para la transmisión de información a las masas; las nuevas tecnologías de información y comunicación han conseguido que a través de este medio se haya creado una Organización que ayude a los distintos medios de comunicación a lograr una evolución hacia la forma de hacer llegar los hechos noticiosos al consumidor [1]. El periodista, en este sentido, tiene la libertad de cumplir de forma más efectiva con su trabajo según las circunstancias que atraviese, ya que puede llevar la noticia hacia el consumidor de manera más rápida y a lugares más lejanos.

V.CONCLUSIONES

Una vez finalizado este trabajo es posible concluir que:

El periodista debe tener un sentido claro deontológico en su campo profesional, que le permita ayudar a solventar las situaciones de noticias falsas y divulgación errada de la información. Una apropiada investigación de la información le conducirá a exponer noticias reales, confiables y que destaquen la labor periodística.

Las redes sociales y medios digitales son una herramienta importante de la información en el mundo, pero deben ser evaluadas y consideradas antes de propagarla de forma irresponsable. Para ello es importante hacer redes de información confiable, con medios de comunicación serios y de alta relevancia mundial, para obtener información real de las manos de los involucrados o de los que emiten la información.

El periodismo, en cualquiera de sus modalidades, no puede presentar noticias falsas y verdades a medias, porque debilitaría su propósito de informar. No obstante, el hecho de admitir que el derecho a la información tiene límites, difusos o no, esto no permite la transmisión de noticias falsas. Se reconoce más bien el silencio que la tergiversación de la realidad. El porvenir del periodismo se encuentra fortalecido en el convenio obli-

gado con su audiencia, que ha de basarse en la validez de la información y la ética del ejercicio periodístico. Si se quiebra la confianza del público consumidor de este tipo de medios, buscará otras alternativas informativas más fiables que existen en la actualidad. Algunos autores [22] afirman que el periodismo tradicional no permanecerá en un contexto tan competitivo si no otorgan el valor añadido necesario reflejado en la profundidad informativa y la solidez profesional que sus códigos deontológicos postulan.

REFERENCIAS

- [1]J. Cruz-Álvarez y J. Suarez-Villegas, Pautas deontológicas para el periodismo digital., vol. 26, El profesional de la Información, 2017, pp. 249-254.
- [2]D. Parra, E. Real y M. López, Códigos éticos en el ciberperiodismo español y latinoamericano, U. d. Murcia, Ed., Murcia: Asociación Española de Americanistas, 2017, p. 18.
- [3]J. Díaz-Campo y M. Chaparro-Domínguez, Periodismo computacional y ética: Análisis de los códigos deontológicos de América Latina, vol. 18, Icono 14, 2020, pp. 10-32.
- [4]P. Irala, Nuevas narrativas en el periodismo actual. El periodismo transmediático., vol. 20, Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 2014, pp. 147-158.
- [5]J. Pérez, E. Suárez y S. Gallego-Díaz, El periodismo y sus enemigos, Letras Libres, 2017, pp. 4-11.
- [6]J. Costa, Periodistas para los nuevos tiempos: la necesaria inclusión de los estándares ético-legales en los programas de periodismo, vol. 8, Revista Científica de la Facultad de Filosofía UNA, 2019, pp. 42-56.
- [7]E. Peiró, «Ugt-pv.es.» 2019. [En línea]. Available: http://www.ugt-pv.es/2018/2019/02/periodismo_datos_cast.pdf.
- [8]R. Cassany, S. Cortiñas y A. Elduque, Comunicar la ciencia: el perfil del periodista científico en España, vol. XXVI, Comunicar, 2018, p. s/p.
- [9]K. Robledo, Evolución del periodismo: aportes mediáticos a la consolidación de la profesión, vol. 8, Revista ComHumanitas, 2017, pp. 1-27.
- [10]D. Blanco-Herrero y C. Arcila-Calderón, El profesional de la Información, vol. 28, 2019.
- [11]M. Carrillo-Durán, Importancia del profesional de la información en la dirección de comunicación de las organizaciones, vol. 25, El profesional de la Información, 2016, pp. 272-278.
- [12]E. Real, La profesión periodística ante sus retos éticos: autorregulación profesional y comunicativa frente a regulación. La situación en España., vol. 24, Estudios sobre el mensaje periodístico, 2018, pp. 341-360.
- [13]A. Almansa, A. Castillo y A. Fernández, Ética en las relaciones entre los medios de comunicación y los gabinetes de comunicación, vol. 22, Revista Prisma Social, 2018, pp. 1-19.
- [14]I. Berlanga-Fernández y M. Sánchez-Esparza, Ética y tratamiento de la información en los relatos periodísticos de corrupción, vol. 23, Historia y Comunicación Social, 2017, pp. 475-488.
- [15]R. Salaverría, Periodismo digital: 25 años de investigación: artículo de revisión, vol. 28, El profesional de la información, 2019.
- [16]S. Calderón, «webcache.googleusercontent.com,» 2017. [En línea]. Available: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:UxBqPxhittwJ:www5.diputados.gob.mx/index.php/esl/content/download/97688/489221/file/CESOP-IL-72-14-Ciberperiodismo-3>.
- [17]S. Pérez-Soler, Periodismo y redes sociales, claves para la gestión de contenidos digitales, Barcelona: UOC, 2018.
- [18]J. Balladares, Una ética digital para las nuevas generaciones digitales, vol. 104, Revista PUCE, 2017, pp. 543-563.
- [19]D. Blanco-Herrero y C. Arcila-Calderón, Deontología y noticias falsas, estudio de las percepciones de periodistas españoles, vol. 28, El profesional de la información, 2019.
- [20]BBC, «BBC mundo,» BBC, 2020. [En línea]. Available: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-52930697>.
- [21]J. Balladares, M. Avilés y J. Cadena, Hacia una etnofilosofía a partir de una filosofía intercultural y dialógica, vol. 18, Sophia: colección de Filosofía de la Educación, 2015, pp. 21-36.
- [22]M. Rodrigo-Alsina y L. Cerqueira, Periodismo, ética y posverdad, vol. 44, Cuadernos.info, 2019, pp. 225-239.
- [23]A. Evangelista Silva, La incursión del periodista político en el mundo digital, en Facebook, 2019 (tesis de pregrado), Lima: Universidad de San Martín de Porres, 2019.

RESUMEN CURRICULAR



Alicia Katherine Ulpo Carangui, Periodista Profesional mención Cultura, de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Magister en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional, de la UDLA. Docente de la Universidad de Guayaquil.



Edmundo Córdova Durán, Licenciado en Diseño y Producción Audiovisual, Magister en Diseño y Gestión de Marca, Docente de la Universidad de Guayaquil y Postulante a Doctor en Industrias de la Comunicación y Culturales



Shirley Cabrera Almeida. Licenciada en Comunicación Social en la Universidad de Guayaquil. Magister en Periodismo en la Universidad de San Andrés, Buenos Aires, Argentina. Docente en la Facultad de Comunicación Social.



Claudia Pezo Cunalata, Periodista Profesional, Licenciada en Comunicación Social, Maestra en Gobernabilidad y Gerencia Política y Docente de la Universidad de Guayaquil. Postulante a Doctor en Comunicación Audiovisual, Relaciones Públicas y Publicidad.



Solange Guerrero Valarezo. Licenciada en Ciencias de la Comunicación Social, Universidad de Guayaquil; y Periodista profesional, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil. Además, soy Máster en Comunicación e Identidad Corporativa, de la Universidad de La Rioja (UNIR), España; y postulante a Doctora en Educación y Comunicación.



Laura Medina Andrade, Licenciada en Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas, Magister en Comunicación Social, Docente de la Universidad de Guayaquil y Postulante a Doctorado en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas.