

# **La ética del periodista frente a los riesgos de la información en el entorno digital**

Juan Carlos Suárez Villegas

Universidad de Sevilla

## **Resumen**

En el presente trabajo se analizan los dilemas éticos planteados en el ejercicio cotidiano de la profesión periodística ante la eclosión de las nuevas tecnologías de la información y su aplicación al nuevo entorno digital de la comunicación social. Para ello, enumeraremos algunos de los retos más sustanciales que se presentan ante el periodista, como la paulatina pérdida de identidad entre la amalgama de discursos no profesionales en la red, el impacto de las redes sociales, o los peligros para el mantenimiento de la privacidad de los ciudadanos.

## **Palabras Clave**

Periodismo-ética-dilemas-Internet-tecnología

## **Abstract**

In this paper we analyze the ethical dilemmas posed in the daily practice of journalism with the emergence of new information technologies and their application to the new digital environment of social communication. To do this, we will list some of the most substantial challenges that are presented to the journalist, the gradual loss of identity between the amalgam of discourses on the network professionals, the impact of social networks, or hazards to the maintenance of privacy of citizens.

## **Keywords**

Journalism-ethical-dilemmas-Internet-Technology

## Introducción

La rentabilidad de las empresas periodísticas, inmersas en una crisis generalizada no sólo económica sino de credibilidad ante la sociedad; la adopción de nuevos formatos y herramientas digitales; o la interactividad con los usuarios han devenido en asuntos centrales en los órganos de decisión de los medios de comunicación. Sin embargo, el debate acerca del producto informativo, del periodismo en sí mismo que se confecciona hoy día, parece haber quedado en un discreto segundo plano frente a las innumerables posibilidades que ofrece Internet.

En este punto, la pertinencia de una reflexión ética en torno a los discursos periodísticos en el entorno digital se antoja imprescindible. Y es que, si bien es cierto que las demandas éticas establecidas en la mayoría de los códigos deontológicos de la profesión siguen siendo útiles y necesarias en el nuevo escenario, las relaciones entre los periodistas, las audiencias y la información han cambiado sustancialmente, planteando desafíos que pueden llegar a comprometer la calidad del producto final (Ess, 2009).

La exigencia de una información instantánea espoleada por la rápida expansión de las redes sociales, el acoso contra la privacidad derivado del mal uso de las nuevas tecnologías de comunicación, las filtraciones anónimas de información, las fronteras cada vez más difusas entre publicidad y periodismo, la identidad líquida del periodista frente al nutrido número de usuarios digitales, o la precisión a la hora de componer las noticias son sólo algunos de los dilemas éticos planteados por Internet como herramienta de elaboración y difusión de contenidos periodísticos (Wilkins & Christians, 2009).

Por otro lado, El implacable desarrollo de las nuevas tecnologías digitales de información ha contribuido a configurar un entorno comunicativo digital complejo y altamente dinámico. En la actualidad, cualquier usuario con acceso a Internet y cierto dominio de las tecnologías de autopublicación, redes sociales, microblogging, etc., puede convertirse en productor de una

información que es consumida a menor o mayor escala en alguna de las múltiples extensiones de un sistema comunicativo global alojado en la red.

El impacto originado por las redes sociales, los diferentes formatos de la blogosfera, las plataformas de videos o los sistemas de mensajería virtual gratuita en la estructuración de las nuevas prácticas comunicativas ha desvelado las oportunidades, aún no vislumbradas en su mayor parte, de las tecnologías digitales en la canalización de los flujos informativos. El mensaje unidireccional y cerrado propio de los medios de comunicación tradicionales parece haber sido desterrado de forma inequívoca; nos enfrentamos a nuevas prácticas dialógicas de intercambio de información a las que las empresas periodísticas luchan por aferrarse desarrollando nuevas estrategias y prácticas informativas para diferenciarse de los “amateurs”.

El perfil del usuario digital no puede asimilarse al del teleespectador o lector tradicional, marcado por cierta pasividad y resignación, sino que se caracteriza por un dinamismo que lo insta a participar, compartir e incluso crear contenidos. Es la emergencia de las denominadas ‘audiencias activas’, a partir de las cuales se produce una reconfiguración de las prácticas comunicativas que cuestiona la hegemonía tradicional de los medios de comunicación como actores privilegiados del proceso público de información.

El oficio del periodista afronta, de este modo, un panorama complejo en el que la información ha sido liberada de los circuitos habituales de transmisión y, por ende, de la estructura piramidal a la que era sometida desde las salas de redacción, dando lugar a una composición fractal que desvela la complejidad de las nuevas dinámicas comunicativas. El periodista debe convivir junto a millones de usuarios que actúan de acuerdo a valores diferentes a los que impele la profesión, propiciando tensiones éticas que se vinculan con el modo de concebir la información. Richard Mason (1986), en su conocido artículo titulado *Four Ethical Issues of the Information Age*, señalaba ya en los albores de la era digital cuatro temas éticos cruciales en la colisión entre el potencial de

las nuevas tecnología de la información y los derechos que había que preservar frente a sus posibles abusos: la *intimidad*, la *exactitud*, la *propiedad intelectual*, y la *accesibilidad*. Todos ellos son aspectos que han mantenido su vigencia e incluso han amplificado sus riesgos ante la eclosión de un nuevo paradigma de la comunicación donde la identidad del periodista se distorsiona, se torna líquida, en virtud a una democratización del entorno comunicativo por la cual las fronteras de la profesión se diluyen. Surge, en este sentido, las preguntas indisolubles de qué puede considerarse o no periodismo o cuáles son las características definitorias del mismo.

En una coyuntura tan voluble y carente de reglas básicas a las que asirse, resulta pertinente analizar rigurosamente los conflictos éticos escenificados en los nuevos procesos comunicativos digitales con el objeto de discernir entre aquello que pueda considerarse periodismo y el resto de manifestaciones informativas, poniendo en valor los principios de responsabilidad social que vertebran la deontología de la profesión. Por ello, a continuación discurriremos brevemente por las distintas esferas problemáticas del ejercicio actual del periodismo digital y abordaremos sus implicaciones más sustanciales en la configuración de los discursos informativos.

### **La instantaneidad como axioma del nuevo periodismo digital**

El impacto de las modernas tecnologías de la información en la cobertura de acontecimientos relevantes de la actualidad social ha propiciado un proceso tendente a la paulatina instantaneidad de la narración periodística. La extensión del telégrafo a mediados del siglo XIX supuso toda una revolución en el ámbito de las comunicaciones en la medida que reducía considerablemente el tiempo necesario para el intercambio de noticias. En la misma línea, décadas más tarde nuevos logros técnicos como el teléfono o el fax ahondarían en una dinámica que se vería aún más reforzada por la televisión y la posibilidad de retransmitir en directo desde cualquier punto del planeta.

A pesar de la ineludible importancia de estos avances, la conmoción provocada por la expansión de internet en el seno de las redacciones periodísticas contemporáneas se adivina mucho mayor. Nos enfrentamos a un relato en directo de la realidad en el que la información viaja de forma inmediata a través de la red y sus innumerables nodos de interconexión. El periodista debe componer su discurso en el menor tiempo posible con el objetivo de que el medio no quede desfasado frente al resto de fuentes de información que plagan Internet en un fenómeno de actualización constante de la información. Nuevas redes sociales como Twitter ha incidido profundamente en esta práctica, ya que marca un ritmo frenético en la transmisión informativa mediante textos de 140 caracteres difundidos por usuarios, periodistas, políticos y diferentes actores sociales que rompen la tradicional estructura de comunicación vertical practicada por los medios de comunicación. Ya no es necesario esperar a la edición del periódico del día siguiente, al próximo boletín radiofónico informativo o al siguiente telediario. Ni siquiera es preciso aguardar a que la versión digital del diario de referencia actualice sus contenidos: la información ya está siendo retransmitida por individuos anónimos.

Los medios de comunicación, en un esfuerzo por no perder la estela de la actualidad, están implementando nuevas técnicas tendentes a una difusión instantánea de la información que repercute inexorablemente en la calidad de sus discursos e incluso en la asunción de problemas éticos derivados de un tratamiento de los hechos apresurado e irreflexivo. La labor de los *media* va más allá de ser meros canales de difusión de teletipos. La información precisa ser contrastada y elaborada de acuerdo a una serie de valores profesionales tales como la precisión, la veracidad o la fiabilidad de las fuentes. Y estas normas inherentes a la profesión periodística difícilmente podrán ser aplicadas a contenidos publicados de forma instantánea.

Surgen así inconvenientes como la inserción de hipervínculos en los artículos hacia sitios insuficientemente verificados, informaciones incompletas o sesgadas fruto del recurso de

una sola fuente, e incorrecciones que son saneadas a posteriori mediante actualizaciones que el lector no puede advertir. Esta última es una tendencia preocupante en la medida en que el discurso periodístico se encuentra siempre en construcción, un hecho que repercute en la veracidad de la información y en la responsabilidad del medio en la difusión de hechos falsos o no contrastados; es decir, la tradicional fe de erratas de los periódicos impresos, que no es más que una corrección pública de una determinada noticia, deviene en una rectificación secreta por parte del medio de la que el lector no tiene debida cuenta.

La instantaneidad de la información afecta de igual modo a los hábitos de los periodistas en su desempeño profesional, ya que modifica los tiempos necesarios para confeccionar una noticia y exige un permanente estado de alerta hacia la actualidad más candente. Se trata, al fin, de una asimilación llevada a cabo por los medios de comunicación entre el trabajo periodístico (caracterizado por ser más reflexivo y aportar claves para entender los hechos) y la mera transmisión de información constantemente actualizada en el entorno digital, donde se llega a competir con el resto de webs y redes sociales no profesionales por ser el primero en cubrir un determinado acontecimiento.

### **El respeto a la privacidad en el entorno digital**

Si bien es cierto que muchos de los riesgos éticos vinculados con la privacidad en la cobertura informativa digital tienden a representar problemas similares a los tradicionalmente escenificados en el ejercicio del periodismo de todas las épocas, no se puede obviar que las posibilidades tecnológicas provistas por Internet inciden en mayor medida en la vulneración de la esfera privada de los usuarios.

En este sentido, las redes sociales plantean diversos dilemas en torno al tratamiento de la información personal contenida en los perfiles de cada uno de sus miembros, en la medida en que esta puede ser utilizada por terceros de forma fraudulenta para diversos fines. La proliferación de sistemas informáticos, también denominados socialbots,

destinados al robo de información personal alertan sobre la protección ofrecida a los usuarios de estas plataformas digitales, quienes tienden a ofrecer de forma pública datos que pueden comprometer su propia seguridad. Los medios de comunicación deben ser extremadamente escrupulosos en el contraste de la información recabada, ya que abundan los casos de noticias falseadas fruto de estas estrategias ilegales de suplantación de identidad digital y robo de perfiles personales.

En relación con este fenómeno, cabe reseñar del mismo modo los conflictos éticos derivados de la cobertura informativa de delitos digitales contra personas de relevancia pública, de las cuales se filtran fotografías o documentos privados de forma ilegal. A este respecto, la actitud de los periodistas debe ser intransigente ante la difusión de esta información y debe condenar estas prácticas surgidas al calor de la búsqueda de un beneficio personal y el afán por una exclusiva a todas luces amoral.

Por otro lado, la extensión de plataformas sociales de videos como Youtube ha propiciado la emergencia de contenidos que vulneran la privacidad de las personas y que posteriormente pueden ser difundidos por otros medios de comunicación sin el consentimiento del protagonista. Esto supone un conflicto más grave en cuanto los implicados son menores de edad, ya que la vulneración de derechos es aún mayor. Casos como el de la grabación de videos violentos en las escuelas en los que se muestran vejaciones públicas contra un determinado individuo, deben ser censurados y tratados por las autoridades competentes, y nunca ser difundidos a gran escala por diferentes medios de comunicación en una dinámica que puede revertir en tendencias sociales cada vez más generalizadas así como en los daños psicológicos infringidos sobre la persona en cuestión.

Otro de los debates en torno a la privacidad en los medios digitales se refiere a la instalación de cookies en los discos locales de los ordenadores de los usuarios que,

además de servir para conocer sus hábitos de consumo y navegación, ofrecen información personal a sociedades comerciales sin consentimiento previo.

Por último, cabe reseñar los problemas derivados del anonimato en las vías de participación del usuario en determinados medios de comunicación digitales, generalmente en los comentarios habilitados para opinar sobre los contenidos. Este anonimato es utilizado en ocasiones para verter críticas o acusaciones ofensivas que minan el proceso equilibrado de comunicación.

### **La dignidad humana en la red**

Este dilema ético, aunque igualmente presente en la cobertura tradicional de información, adquiere mayor repercusión en la transmisión viral de contenidos mediante recursos multimedia en Internet. Se basa en la difusión de hechos tratados desde una perspectiva sensacionalista por parte del periodista que tiende a vulnerar el derecho a la dignidad personal del individuo o grupo de individuos presentes en la noticia.

En este aspecto, la utilización de recursos visuales es una práctica habitual mediante la que se persigue un mayor impacto en el espectador, englobándose en una suerte de cobertura espectacular de la realidad. Destaca la difusión de imágenes de catástrofes naturales, actos terroristas y tragedias humanas, especialmente si los hechos han transcurrido lejos de las fronteras del país o incluso más allá del denominado 'mundo occidental'. Un ejemplo ilustrador sería la cobertura informativa realizada de un acontecimiento tan traumático como el ataque terrorista a Nueva York el 11 de Septiembre de 2001, donde la propagación de imágenes de las víctimas fue muy limitada o nula; en contraposición a cualquier otro hecho escenificado en un lejano país asiático, africano o sudamericano, en los que las trabas para la difusión de videos y fotografías en los medios occidentales son prácticamente inexistentes, ahondando en el sufrimiento humano como si de un espectáculo audiovisual se tratase.

También puede incluirse en esta categoría la información relacionada con presuntos culpables de cualquier tipo de delito, quienes recurrentemente son juzgados en los medios de comunicación con anterioridad a las resoluciones judiciales pertinentes, y por tanto, vulnerados en su derecho a la presunción de inocencia y dignidad.

En última instancia, cabe destacar la cobertura sensacionalista llevada a cabo por diferentes sectores y medios de comunicación sobre los hechos de la denominada 'vida social', también catalogada como 'mundo del corazón', en los que los periodistas suelen erigirse como jueces supremos de los actos de distintas personas de relevancia pública. Con Internet, los recursos para hostigar a las celebridades se incrementan y el resultado es una proliferación constante de información y documentos gráficos que atentan contra los derechos a la privacidad y la dignidad de los protagonistas.

### **La información clasificada a través de Internet**

La polémica desatada por la filtración de documentos secretos de la política exterior estadounidense por parte del sitio web Wikileaks y su posterior difusión a gran escala en cinco periódicos de relevancia internacional, abrió el debate acerca del conflicto ético derivado de la difusión de información clasificada que pudiera poner en riesgo la seguridad del estado, en este caso el norteamericano. De igual modo, la necesidad de contrastar las fuentes emisoras de esas filtraciones y las condiciones de legalidad o no en las que adquirió dicha información, suponen cuestiones a tener en cuenta en un debate en el que los medios de comunicación deberían ponderar entre el interés público de los documentos filtrados y la responsabilidad exigida frente a posibles derechos vulnerados. La tradicional máxima política de 'el fin justifica los medios' emerge aquí de forma notoria en su aplicación al ámbito periodístico, donde las filtraciones son utilizadas a modo de arma contra la percepción de los gobernantes en la opinión pública. Los valores éticos referidos al derecho de la ciudadanía a una información veraz y transparente facilitada por los poderes públicos parecen entrar en conflicto con algunas de las normas deontológicas

que rigen la profesión en su desempeño cotidiano (fundamentalmente las referidas a la obtención de la información), de ahí la pertinencia de una consideración crítica en torno a qué derechos se deben ponderar.

No obstante, este fenómeno que sirvió como precedente a nuevas iniciativas destinadas a sacar los trapos sucios de la clase política de diferentes países no es la única práctica periodística en Internet que implica una conflictividad ética patente. Debemos referir, asimismo, la utilización de medios ilícitos en la consecución de la información, como las cámaras y micrófonos ocultos. Estas estrategias, que son censuradas por los códigos deontológicos profesionales, adquieren un fuerte impacto en la red en la medida en que el quebrantamiento del derecho a la propia imagen de la persona grabada se expande a mayor escala.

### **El periodismo y las redes sociales**

La eclosión de las redes sociales ha tendido un impacto global en la reconfiguración de los procesos de comunicación periodística. Más allá de su incidencia en la instantaneidad de la cobertura informativa a la que nos referíamos anteriormente, las redes sociales se erigen como nuevos canales de obtención de una información que, de otro modo, no hubiese sido accesible para el periodista.

A este respecto, cabe reseñar la repercusión que ha tenido la primavera árabe en esta nueva dinámica periodística de tendencias inescrutables. El desarrollo de revueltas populares en distintos países del norte de África y Oriente Próximo de forma casi simultánea, sobrepasó la capacidad de acción de los medios de comunicación occidentales, los cuales hallaron numerosos obstáculos para acceder a la zona de conflicto ante la presión de los respectivos gobiernos por hermetizar lo que acontecía en sus territorios. No obstante, los testimonios y material audiovisual de los ciudadanos locales que se propagaron mundialmente a través de las redes sociales constituyeron una fuente de información privilegiada para la amplia cobertura dispensada por los medios

internacionales. La mera difusión de un video grabado por un teléfono móvil sobre la represión policial o la narración en tiempo real vía Twitter por un activista o ciudadano de a pie de los hechos derivados de las protestas, significaron un punto de inflexión en la historia de la comunicación social en cuanto el poder era incapaz de controlar los flujos informativos emanados desde su propia población. Los usuarios de redes sociales posibilitaron, asimismo, un cambio de modelo en la práctica del periodismo internacional en la medida en que el corresponsal, sin acceso a determinadas zonas y expuesto a la violencia sin garantías, perdía peso en favor de aquellos usuarios que ofrecían información sobre el terreno y en tiempo real. Es decir, en esta coyuntura, las redes sociales se instituyen como un canal informativo de excepción en el que los ciudadanos relatan los acontecimientos de primera mano, y de cara a una difusión global, que sirven para que periodistas de distintos medios confeccionen sus propias noticias.

Este fenómeno podría trasladarse a ámbitos más cercanos, tal y como demostró la irrupción en el escenario público español del movimiento de protestas 15-M, para el que las redes sociales, además de ser un instrumento eficaz para congregarse a miles de personas en las calles, supusieron un mecanismo de influencia en la opinión pública del país y, consecuentemente, en la labor de los medios de comunicación. Si bien estos, en primera instancia, obviaron las movilizaciones, el protagonismo adquirido en plataformas como Twitter o Facebook desembocó en una cobertura más amplia para la que se recurrió a las informaciones presentes en las mismas. De hecho, algunos medios han incluido en sus versiones digitales espacios de microblogging destinados a ofrecer una información actualizada.

No obstante, y a pesar de la incontestable importancia de las redes sociales en el surgimiento de un nuevo modo de comunicación más horizontal y descentralizado, los conflictos éticos derivados de ese súbito fenómeno por el que el periodista es relegado por los testimonios de personas ajenas a la profesión son patentes. Esta pérdida de

control del profesional de la comunicación sobre los contenidos, para los que recurre a informaciones difícilmente contrastables presentes en las redes, diluye la identidad del periodista en una amalgama de discursos ante la carencia de recursos para su organización y ponderación.

Así pues, en una situación laboral marcada por la precariedad en el seno de las empresas de comunicación, el periodista es incapaz de recabar toda la información por sí mismo, por lo que recurre, además de a los tradicionales teletipos de agencias y comunicados oficiales, a aquello que se comenta en las redes sociales sin posibilidad de verificar su veracidad. Esta realidad puede aplicarse en distintos niveles; desde un ámbito local hasta la información internacional, tal y como hemos mostrado con los ejemplos expuestos. Y de ella se desprende las dudas éticas planteadas, relacionadas en gran parte con la veracidad y el contraste de las fuentes consultadas por parte del periodista. Cualquier usuario puede crear perfiles falsos, acogerse al anonimato o simplemente difundir datos erróneos, ya sea de modo intencionado o no, contaminando el proceso de producción de la noticia. El periodista debe ser especialmente cauteloso a este respecto ya que la responsabilidad exigida como agente constructor de la opinión pública le insta a proceder de acuerdo a las normas deontológicas inherentes a la profesión.

### **Las fronteras entre publicidad e información en la Red**

Aunque este sea un asunto especialmente tratado por sucesivas investigaciones en el marco de la ética de la comunicación, los difusos límites entre la publicidad y la información van más allá de una mera demarcación espacial convenientemente identificada emplazada en los sitios web de medios de comunicación digitales siguiendo las pautas desarrolladas anteriormente en ámbitos como la televisión o la prensa escrita. En la red, la mayor parte de las decisiones empresariales inciden en aspectos relacionados con la publicidad tales como la decisión sobre las aplicaciones informáticas utilizadas o el tipo de banners incrustados en la página.

Las posibilidades de la publicidad dinámica digital supone un especial aliciente para los anunciantes en un entorno en franco desarrollo, por lo que las formas de presentación así como los tipos de colaboración están sujetos a una constante innovación. No obstante, la proliferación de banners publicitarios ‘invasivos’ que impiden acceder directamente al contenido demandado o los patrocinios, ya sean implícitos o explícitos, de determinadas secciones y áreas informativas por parte de empresas y entidades privadas, pueden revertir en una contaminación del discurso periodístico difícil de discernir y con implicaciones en la calidad de los contenidos.

### **La identidad del periodista en la comunicación digital**

Por último y como consecuencia de algunos dilemas planteados anteriormente, surge la cuestión de la fragilidad de la identidad del periodista frente a un entorno caracterizado por la permeabilidad de las fronteras entre los discursos informativos de los medios de comunicación y el resto de contenidos no profesionales que inundan la red. Junto al rol determinante desempeñado por las redes sociales, tal y como hacíamos referencia más arriba, han proliferado en Internet una multitud de formatos que permiten al usuario, con costes insignificantes o nulos y un manejo fácil del software, publicar sus propios artículos. Es la eclosión del denominado ‘periodismo ciudadano’.

Existe un intenso debate hacer de sí, efectivamente, estas prácticas puedan ser englobadas bajo la etiqueta de periodismo. Si bien su impacto puede llegar a ser en algunos casos similar al de cualquier medio de comunicación, la responsabilidad profesional va más allá de la difusión de datos y opiniones y queda vinculada con el respeto de una serie de códigos deontológicos, por lo que identificar a cualquier persona como periodista por el hecho de tener un blog personal o un canal de Youtube, es cuanto menos apresurado e incluso injusto.

A pesar de ello, el ‘periodismo ciudadano’ es hoy día una práctica generalizada en el entorno digital y su capacidad de influencia alcanza cotas de notoriedad pública

reseñables. Ante esta circunstancia, el periodista precisa llevar a cabo un repliegue hacia concepciones éticas y deontológicas por las que se prime la calidad y el interés público de la información para así reivindicar su papel capital en el desarrollo democrático de la ciudadanía. En otras palabras, recobrar la identidad perdida por el descrédito despertado entre la ciudadanía a raíz del distanciamiento con la sociedad y la adscripción a posiciones políticas partidistas fruto de las estrategias desarrolladas por las empresas de comunicación.

Este supone uno de los mayores retos del periodismo en Internet, ya que es en este medio donde la irrupción de la blogosfera y otros formatos de autopublicación ha socavado parte de la legitimidad (o el monopolio) detentada hasta ahora por los medios de comunicación.

## **Conclusiones**

Todas estas circunstancias exigen a los profesionales de la información extremar su conducta ética, a fin de hacer del periodismo un referente de credibilidad informativa para la ciudadanía y distinguirse así de otras formas espurias de comunicación a la que invita la interactividad entre ciudadanos privados. En este sentido, la calidad se convierte en un concepto crítico de la ética en el periodismo digital, capaz de hacer la información más interactiva y extensa en sus contenidos, pero vigilando para que estas posibilidades no se conviertan en una pendiente resbaladiza hacia prácticas que puedan lesionar tanto los derechos de las personas aludidas en la noticia, como el derecho a la ciudadanía a una información diligente y formativa, basada en el respeto a la verdad y el pluralismo informativo. Frente a una tendencia sociológica de usuarios que tienden a concederle credibilidad a lo que encuentra en el ciberespacio, el periodismo debería actuar con criterios deontológicos claros para revalidar la confianza de la ciudadanía.

Los dilemas éticos planteados son numerosos y heterogéneos. Si bien algunos de ellos son derivaciones de problemas inherentes a la práctica periodística tradicional que hallan

ahora en el entorno digital un medio donde se amplifican, destacan de igual modo los nuevos retos que el periodista debe afrontar ante una realidad imprevisible y en mutación constante. Por ello, surge la pertinencia de un amplio debate ético sobre algunas de estas cuestiones que de alguna forma organice los ingentes flujos informativos que atraviesan la red.

Así pues, partimos del hecho de que la ética se erige como valor indisoluble que debe guiar el ejercicio del periodismo en un contexto digital en el que las nuevas tecnologías de la información permiten a cualquier usuario producir contenidos compartidos en la infoesfera. De este modo, los principios éticos son la razón de ser del periodismo, el rasgo distintivo frente a otras prácticas, la hoja de ruta que marca el camino de su función social irrenunciable hacia la construcción de unas relaciones democráticas, justas, equilibradas y pacíficas.

## **Bibliografía**

- Allan, S. (2006). *Online News. Journalism and the Internet*. Berkshire: Open University Press.
- Bakir, V. y Barlow, D.M. (Eds.). *Communication in the Age of Suspicion. Trust and the Media*. New York: Palgrave Macmillan.
- Bardoel, J. y Deuze, M. (2001). "Network Journalism": Converging Competencies of Old and New Media Professionals. *Australian Journalism Review*, 23: 91-103.
- Borden, S. (2007). *Journalism as Practice. MacIntyre, Virtue Ethics and the Press*. Hampshire: Ashgate.
- Bruns, A. (2005). *Gatewatching. Collaborative Online News Production*. New York: Peter Lang Publishing.
- Bugeja, M. (2008). *Living Ethics Across Media Platforms*. New York: Oxford University Press.
- Díaz Noci, Javier (1994): "El nuevo periódico electrónico: redefinición del mensaje periodístico tradicional como producto interactivo y multimedia", comunicación presentada a las *IX Jornadas Internacionales de Ciencias de la Información*, Universidad de Navarra,
- NHENGATU – Revista Iberoamericana para Comunicação e Cultura Contra-Hegemônicas*

Pamplona (accesible en <http://www.pd.lp.ehu.es/Website/Memoria/Docentes/Díaz%20Noci/Textos/Conferencias/perelec.html>)

Díaz Noci, Javier y Salavarría Aliaga, Ramón (Coordinadores). *Manual de Redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel, 2003.

Deuze, M. y Yeshua, D. (2001). Online Journalists Face New Ethical Dilemmas : Lessons from the Netherlands. *Journal of Mass Media Ethics*, 16(4): 273-292.

Domingo, D., Quandt, T., Heinonen, A., Paulussen, S., Singer, J.B., & Vujnovic, M. (2008). Participatory Journalism Practices in the Media and Beyond. *Journalism Practice*, 2(3): 326-342.

Self, C. (2009). Credibility. In Don W. Stacks and Michael B. Salwen (Eds). *An Integrated Approach to Communication Theory and Research*. Second Edition. London: Routledge, pp. 435-456.

Singer, J.B. (2006). Partnership and Public Service: Normative Issues for Journalists in Converged Newsrooms. *Journal of Mass Media Ethics*, 21(1): 30-53.

Tunney, S. y Monaghan, G. (Eds) (2010). *Web Journalism: A New Form of Citizenship?* Brighton: Sussex Academic Press.

Wahl-Jørgensen, K. y Hanitzsch, T. (Eds) (2009). *Handbook of Journalism Studies*. New York: Routledge.