



## PERIODISMO DEONTOLÓGICO VS PERIODISMO DIGITAL

### ¿Las dos caras de la misma moneda?

Ethical journalism vs digital journalism

CHAL JIMÉNEZ VINUESA <sup>1</sup>, RUBÉN NICOLÁS-SANS <sup>2</sup>

<sup>1</sup> ESIC Business & Marketing School, España

<sup>2</sup> ESIC Business & Marketing School/ ESIC University, España

---

#### KEYWORDS

Post-Truth  
Journalism  
Digital Journalism  
Code of ethics  
Media  
Journalistic ethics  
Codes of ethics

---

#### ABSTRACT

*In journalism, ethics is also essential for the citizen to receive quality information to live in a free democracy. The functions of journalism are diverse, to inform, investigate, analyze, create social ties, in addition to the great social work it represents discovering or denouncing what is hidden or the information that citizens need to choose an adequate government. Based on the previous points, the current study explores the concept of digital journalism through a bibliographic review, while addressing different aspects of the current state of the journalistic profession.*

---

#### PALABRAS CLAVE

Posverdad  
Periodismo  
Periodismo digital  
Código deontológico  
Medios de comunicación  
Ética periodística  
Códigos de ética

---

#### RESUMEN

*En el periodismo la ética también es fundamental para que el ciudadano reciba una información de calidad para poder vivir en una democracia libre. Las funciones del periodismo son diversas, informar, investigar, analizar, crear vínculos sociales, además de la gran labor social que representa: descubrir o denunciar aquello oculto o la información que necesitan los ciudadanos para escoger a un gobierno adecuado. En base a ello, el presente estudio explora a través de una revisión bibliográfica el concepto de periodismo digital, al mismo tiempo que abordar distintos aspectos del estado actual de la profesión periodística.*

---

Recibido: 07/ 10 / 2022

Aceptado: 10/ 12 / 2022

## 1. Introducción

Como señala el Informe de la Profesión Periodística (APM, 2020) el ejercicio del periodismo está afectado por múltiples factores externos e internos que quieren desprestigiarla y culpar a los periodistas y a los medios de comunicación de su mala praxis. Entre otros elementos, el Informe destaca el aumento del paro entre los profesionales del sector en un 23% en relación con el año 2018. Al mismo tiempo, distingue un hecho relevante en relación con las informaciones publicadas desde que la covid-19 llegó a España “un 80% de los periodistas consultados en la Encuesta Profesional reconoció que los periodistas no tenían conocimientos suficientes para hacerlo” (APM, 2020, p.9).

Los periodistas en lugar de trabajar de forma ética para enfrentar a los diferentes poderes económicos y políticos que quieren poner en duda la profesión y los medios participan en el juego de la desinformación. Sobre esta cuestión, el 74% de los periodistas consideran que este hecho se transmite a la sociedad generando una mala imagen del periodismo (APM, 2020). El periodismo debe ser la garantía de la libertad, de la democracia y asegurar el cumplimiento de los derechos fundamentales de los ciudadanos, ya que es la herramienta idónea de la sociedad para promover la justicia y la democracia.

Sin embargo, esta libertad se está viendo coartada y según recoge La Plataforma para promover la protección del periodismo y la seguridad de los periodistas “En 2019, dicha plataforma –integrada por 14 asociaciones de periodistas; entre ellas, la Federación Internacional de Periodistas, la Federación Europea de Periodistas y Reporteros Sin Fronteras– registró 142 amenazas graves a la libertad de los medios, incluidas 33 agresiones físicas a periodistas, 17 encarcelamientos, 43 casos de acoso e intimidación y dos de impunidad de un asesinato (APM, 2020, p. 24).

Parece que todo vale en la era de la desinformación, mentir o manipular es algo que está a la orden del día y sobre todo a través de los medios nativos digitales y las redes sociales. Los ciudadanos quieren participar y participan aportando contenido y opiniones a los medios de comunicación, pero no tienen formación ni conocen los códigos deontológicos, los medios nativos digitales dan voz a los ciudadanos, muchas veces sin filtro alguno, prima la velocidad de la noticia y de la red versus a la veracidad y la no manipulación de los hechos reales.

La interpretación subjetiva de los hechos se ha convertido en la bandera de los medios nativos digitales o eso parece. Todo ello abona día a día la baja credibilidad de los medios de comunicación, la manipulación de las noticias preocupa a un 69 % de la población y más de un 49 % de ciudadanos afirma haber descubierto alguna noticia falsa en Internet.

España es además uno de los países del mundo con más medios nativos digitales en activo, más de 3000, por lo que entonces ¿es uno de los países donde más se manipula la información? Antiguamente se hablaba de medios de izquierdas y de derechas, medios monárquicos y antimonárquicos, hoy podemos clasificar a los medios nativos digitales de muchas formas, es otra de las motivaciones de esta Tesis, encontrar la clasificación o clasificaciones adecuadas para los medios nativos digitales para entender su función en la sociedad y su cumplimiento o no de los códigos deontológicos y de la ética de la profesión.

Diversos autores hablan del objetivo principal de los medios nativos digitales es crear comunidad de personas afines. Creo que esto va en contra del periodismo ético. No sé si realmente existe el periodismo ético o si es posible informar de forma totalmente independiente y veraz, o son simples metáforas o irrealidades que nunca llegarán a llevarse a cabo, pero existe una ética o buena praxis de la profesión, que no se está llevando a cabo.

El periodismo digital del periodismo tradicional tiene la misma labor, que es informar, para que los ciudadanos tengan la suficiente información para poder escoger cómo quieren informarse y hasta dónde quieren profundizar. Cualquier periodista debería trabajar de forma ética y con rigor independientemente del medio que trabaje, pero los periodistas digitales debido a Internet deben reunir una serie de conocimientos y aprender a trabajar en la red.

Trabajar como periodista digital no debería suponer el incumplimiento de los códigos deontológicos, ni justificar el periodismo malo. Es por ello por lo que el objeto de estudio es el periodismo digital y los medios digitales para conocer cómo trabajan los periodistas digitales, su metodología de trabajo, conocimientos que han de tener y condiciones en las que trabajan. Además, estudiaré los medios nativos digitales en España, cómo se clasifican y el tratamiento que hacen de las noticias (Solís Mamani, 2020).

Los periodistas deben cumplir con los códigos deontológicos, ya que han escogido esta profesión para trabajar con rigor y ética, ya que de no hacerlo estarían violando además su compromiso con la ciudadanía. No obstante, como recoge el Informe de la Profesión Periodística (2020) son muchos los factores que forman parte de la precariedad de esta profesión, siendo los cuatro principales: la mala retribución del trabajo periodístico, la falta de independencia política o económica de los medios en los que se trabaja, el aumento del paro y la precariedad laboral que provoca y la falta de rigor y neutralidad en el ejercicio profesional.

Apoyándose en estos datos, este estudio plantea la siguiente cuestión: ¿podemos exigir que se sigan cumpliendo los códigos deontológicos? ¿siguen vigentes para el periodismo digital o deberían cambiarse?

Esto lleva a proponer la siguiente hipótesis: El periodismo y el periodismo digital son las dos caras de la misma moneda o son profesiones diferentes y cumplen funciones diferentes. Para ello, este estudio plantea un abordaje

bibliográfico donde se desarrollan desde un punto de vista crítico analítico los distintos elementos que forman parte del ejercicio de la profesión.

## 2. Marco teórico

La popularización de Internet y las redes sociales han provocado modificaciones en el consumo de la información por parte de los lectores, lo que ha supuesto un gran cambio en la industria de los medios de comunicación en España y a nivel global (Aparicio Cid, 2020). Para poder competir con los grandes distribuidores de contenido como son Google y Facebook, los medios de comunicación se han reinventado apostando por el diseño, los contenidos y la búsqueda de nuevas formas de ingresos (González, 2016).

El periodismo digital es la suma de la radio, la televisión y la prensa escrita, convirtiéndose en un medio que comporta la espontaneidad de la radio, la imagen de la televisión y la profundidad de la prensa, es decir voz, imagen, vídeo, contenido, música e infografías. Además, el periodismo digital se ha convertido en un medio autónomo de los medios convencionales masivos según Groth, debido a sus características principales que son la interactividad, la transtemporalidad, la continuidad y la integralidad (Casadesús, 2000).

Los usuarios somos cada vez más digitales, en España el 96 % de la población accede a Internet a diario (*Hootsuite We are social*) y dedicamos una media de 5 horas y 18 minutos al día a estar conectados a la red mediante cualquier dispositivo, además de disponer de 57 millones de móviles (117 % de la población). Este nuevo paradigma condiciona totalmente la forma de consumir contenido, el tipo de contenido y los medios utilizados. Además, la digitalización de la información, su difusión a través de la red, los nuevos tipos de contenidos multimedia que requiere la red y demandan los consumidores, han cambiado la forma de trabajar en periodismo, apremiando un tipo de contenido creado para conseguir alcance, para ser mediáticos o virales, lo cual afecta a la deontología de la profesión, aunque no debería ser de esta forma.

El periodismo digital se caracteriza por la inmediatez (que juega muchas veces en contra de la información y de la ética al no poder contrastar la información de la forma adecuada), la velocidad de propagación de la información mediante las redes sociales, además de la interactividad con los usuarios y la hipertextualidad que permite acceder a otros contenidos para poder construir o ampliar la información o el contexto de la información.

Los medios nativos digitales nacieron en 1994 en el mundo con la aparición de los primeros medios en web (Salaverría, 2018), nació el periodismo digital que engloba tanto los medios en Internet como en redes móviles, televisión y radio digital.

El término ciberperiodismo se utiliza únicamente para aquellos medios y periodistas que trabajan en la red (Internet). Dentro del ciberperiodismo uno de los principales protagonistas son los medios nativos digitales, son aquellos que han nacido en Internet y son medios autónomos respecto a los medios impresos tradicionales. Los conceptos que definió para el periodismo el filósofo Otto Groth (periodicidad, universalidad, actualidad y accesibilidad) han cambiado según el Dr. Josep Maria Casaus (2000).

Estamos en un momento a nivel nacional, europeo y mundial en el que la profesión del periodismo sufre una gran crisis de credibilidad, la percepción de los ciudadanos es que los medios están politizados, que manipulan la información dependiendo del partido al que sean simpatizantes o cercanos, tanto en las ediciones de papel como sobre todo en las ediciones digitales, donde es más fácil manipular la información mediante imágenes y vídeos sacados de contexto. La palabra posverdad fue la palabra del año 2016 como la palabra más buscada en Internet en el mundo, pasando de ser un neologismo para incluir en el diccionario de Oxford. Palabra asociada a conceptos como *fake news* y propaganda en la profesión de periodismo y habitualmente utilizada para desacreditar a los medios nativos digitales.

Más de un 46% de ciudadanos manifestó haber encontrado en Internet en los últimos siete días una noticia manipulada y un 30 % desconfía de la mayoría de información que hay en la red. Datos para tener en cuenta para los medios nativos digitales y para la profesión.

Los autores Edson et al (2018) en el artículo *Defining Fake news* advierten de la importancia de la profesión periodística y del impacto negativo que ha tenido el surgimiento de personas no periodísticas vinculadas a la información. El periodismo ciudadano y las redes sociales fomentan la distribución y creación de *fake news* con diversos objetivos, en 2022 la mitad de las noticias serán falsas en Internet (Informe Gartner).

Las redes sociales juegan un papel clave tanto como fuente de información de los ciudadanos como canal de comunicación para los medios nativos digitales. Las redes sociales son el medio más rápido para propagar *fake news* o cualquier otro elemento de posverdad.

La gente ha perdido la fe hasta en la posibilidad de debatir con personas que no están de acuerdo con ellos, es una de las razones por las que el discurso público está tan vacío y hueco, porque tememos a hablar con nuestros conciudadanos sobre la justicia, la ciudadanía y el bien común, porque tememos no estar de acuerdo. Para cambiar esto se debería cambiar la educación cívica fomentando al respeto.

## 3. Metodología

El presente trabajo parte de las siguientes preguntas de investigación ¿Significa que los ciudadanos ya este estudio

plantea la siguiente cuestión: ¿podemos exigir que se sigan cumpliendo los códigos deontológicos? ¿siguen vigentes para el periodismo digital o deberían cambiarse?

Esto lleva a proponer la siguiente hipótesis: El periodismo y el periodismo digital son las dos caras de la misma moneda o son profesiones diferentes y cumplen funciones diferentes. Para ello, este estudio plantea un abordaje bibliográfico donde se desarrollan desde un punto de vista crítico analítico los distintos elementos que forman parte del ejercicio de la profesión.

Para ello, la presente investigación plantea una revisión teórica de publicaciones que abordan el concepto y definición del periodismo desde el siglo XIX al XXI. Es evidente que, un periodo tan disendido en el tiempo genera o conlleva un corpus de trabajo muy elevado. En este sentido, se han seleccionado algunos trabajos vinculados a grandes autores que, no solo por su impacto académico, sino profesional de reconocimiento han aportado definiciones sobre esta materia, tal y como se puede ver en el apartado resultados.

## 4. Resultados

### 4.1. El periodismo

Existen múltiples definiciones de periodismo, en la Tabla 1 se recogen las más representativas y/o dispares, ordenadas de forma cronológica para ver su evolución:

**Tabla 1.** Definiciones de periodismo

Autor	Definición	Año
<b>John Hersey</b> , periodista premiado con un Pulitzer	El periodismo permite a sus lectores ser testigos de la historia, la ficción ofrece a sus lectores la oportunidad de vivirla.	1945
<b>Ryszard Kapuscinski</b>	El trabajo de los periodistas no consiste en pisar las cucarachas, sino en prender la luz, para que la gente vea cómo las cucarachas corren a ocultarse. Las malas personas no pueden ser buenos periodistas.	1960
<b>Francisco Umbral</b>	El periodismo mantiene a los ciudadanos avisados, a las putas advertidas y al gobierno inquieto.	1979
<b>Miguel Ángel Bastenier</b> El País	No somos historiadores, aunque manejemos materiales que serán un día de utilidad a los historiadores; y otro tanto cabe decir de sociólogos, novelistas, o políticos, si bien algo pueda haber de todos ellos en el ADN de la profesión. Pero, sobre todo, lo que no somos es pastores de almas, pedagogos, constructores de la nación, ni benefactores del bien común, aunque, de nuevo, alguien pueda creer que esas bienaventuranzas pueda hacerlas suyas en momento determinado	1982
<b>Juan Gutiérrez Palacios</b> , Periodismo de Opinión. Editorial Paraninfo	El periodismo es un método de interpretación. Primero, porque escoge entre todo lo que pasa aquello que considera "interesante". Segundo, porque traduce a lenguaje inteligible cada unidad que decide aislar (noticia) y además distingue en ella entre lo que es más interesante y lo que es menos. Tercero, porque además de comunicar las informaciones así elaboradas, trata también de situarlas y ambientarlas para que se comprendan, y de explicarlas y juzgarlas.	1984
<b>Mariano Baquero Goyanes</b> , La educación de la sensibilidad literaria. Universidad de Murcia	Lo fundamental, lo esencial es leer y escribir, cualquiera que sea el modo. Mientras que la persona conserve el disfrute placentero por la lectura y la escritura, cualesquiera que sean las circunstancias que la rodean, conservará a la vez lo mejor de su condición humana.	1990
<b>José Luis Martínez Albertos</b> , Curso General de Redacción Periodística. Editorial Paraninfo.	Podemos afirmar que la información de actualidad o Periodismo es un fenómeno social – de interrelación entre individuos y grupos sociales... – tiene como fin específico la difusión objetiva de hechos a través de la información, la interpretación y el comentario de los acontecimientos que son noticia.	1992
<b>Mario Vargas Llosa</b>	"El periodismo, tanto el informativo como el de opinión, es el mayor garante de la libertad, la mejor herramienta de la que una sociedad dispone para saber qué es lo que funciona mal, para promover la causa de la justicia y para mejorar la democracia".	2006
<b>Leila Guerreiro</b> , periodista y escritora argentina	El periodismo objetivo es la gran mentira del universo. Todo es subjetivo.	2011

<b>Ignacio Ramonet</b> Director de "Le Monde Diplomatique".	Si analizamos la palabra, un periodista ("journaliste") es un "analista del día". Sólo dispone de un día para analizar lo que ha pasado. Se puede decir que un periodista es rápido, si consigue analizar, en un día, lo que pasa. Pero actualmente todo se produce en directo y en tiempo real; es enseguida, tanto en la televisión como en la radio. La instantaneidad se ha convertido en el ritmo normal de la información.	2011
<b>Kostas Vaxevanis</b>	El periodismo es descubrir lo que otros quieren ocultar y es el cuarto poder. Tiene que estar frente a los otros poderes. Sin embargo, hemos llegado a ser un poder como todos los demás, no junto a la sociedad.	2013
<b>Gabriel García Márquez</b>	El periodismo es el mejor oficio del mundo.	2014
<b>Joan Manuel Tresserras,</b> Ex consejero de cultura y medios de comunicación	El periodismo es el análisis de lo que no se ve.	2016
<b>Iñaki Gabilondo</b>	No hay un periodismo sino mil periodismos; el bueno, el malo, el regular... El diagnóstico en general es que el periodismo está afectado por una crisis general y que un enorme porcentaje de las energías están dedicadas a la pura supervivencia financiera a costa de la reducción de herramientas de valor, como son las corresponsalías, los enviados especiales, los reportajes caros; y, por otro lado, se están creando salarios bajos, contratos basura, paro... Y desde el punto de vista de los contenidos, pues encuentras de todo, desde cosas admirables a otras que no lo son tanto. A mí, lo que me parece menos admirable es cuando se alimenta la máxima confrontación. Es lo que más me horripila. No espero que el periodismo resuelva los grandes problemas de convivencia de la vida, pero por lo menos me gustaría que no los agravara.	2018

#### 4.2. Periodismo digital

En el año 1994 se crearon los primeros medios web en diferentes países. El primer diario que lanzó su versión digital en el mundo fue The Daily Telegraph con su edición digital Electronic Telegraph, iniciativa seguida por el San José Mercury News de Estados Unidos el mismo año. En España, la revista El Temps de Valencia fue la primera en crear una edición digital en 1994, mismo año en el BOE hizo el salto a Internet. En 1995, La Vanguardia, el Periódico y el Avui crearon sus ediciones digitales. Un año más tarde, El País, ABC y El Mundo hicieron su aparición en la red.

El periodismo digital utiliza Internet como medio de comunicación y transmisión de información, al ser un medio diferente al papel y con particularidades diferentes, afecta a la forma de hacer periodismo digital (Mato, 2014). El periodismo digital tiene como características la inmediatez del medio, en el que se valora la exclusividad de las noticias y la homogeneidad de los contenidos según Mato Veiga (2014).

La popularización de Internet y las redes sociales han provocado modificaciones en el consumo de la información por parte de los lectores, lo que ha supuesto un gran cambio en la industria de los medios de comunicación en España y a nivel global. Para poder competir con los grandes distribuidores de contenido como son Google y Facebook, los medios de comunicación se han reinventado apostando por el diseño, los contenidos y la búsqueda de nuevas formas de ingresos (González, 2016).

Los motivos de aparición de los medios digitales son según Javier Díaz Noci y Koldo Meso (1999) las siguientes: 1) La necesidad de los medios de aumentar audiencia; 2) La mayor información existente y los nuevos servicios que no podían ofrecer los medios convencionales; 3) La diversificación de negocio de las empresas de medios de comunicación; 4) La cada vez más escasez de papel y la preocupación por el medio ambiente y 5) Avances en nuevas tecnologías.

#### 4.3. Características del periodismo digital

El periodismo digital es la suma de la radio, la televisión y la prensa escrita, convirtiéndose en un medio que comporta la espontaneidad de la radio, la imagen de la televisión y la profundidad de la prensa, es decir voz, imagen, vídeo, contenido, música e infografías. Además, el periodismo digital se ha convertido en un medio autónomo de los medios convencionales masivos según Groth, debido a sus características principales que son la interactividad, la atemporal, la continuidad y la integralidad (Casadesús, 2000).

Otra de las características del periodismo digital es la continuidad ya que, a diferencia del periodismo en papel, los lectores tienen acceso a las noticias 24 horas al día, lo que supone un cambio en la difusión de las noticias (Casadesús, 2000). El autor además lo define con los adjetivos de integralidad (es la suma de universalidad + realidad virtual + acceso a fuentes de conocimiento de Internet), atemporal (porque Internet permite la acumulación de contenido y noticias y por el factor tiempo que en este tipo de periodismo cobra mucha importancia por la competencia entre los medios digitales por ser el primero en compartir una noticia) y

finalmente la interactividad (los medios digitales no tienen límites ni geográficos ni físicos, permiten interactuar con los lectores y son totalmente accesibles).

El periodismo digital ha establecido una nueva forma de relacionarse con las audiencias (Lorente y Cuenca, 2018). La información que comparten los medios digitales está más actualizada y es muy abundante, pero en ocasiones corre el peligro de no diferenciar entre la información importante de la que no es (Suárez, 2015).

Salaverría (2005) define el periodismo digital como ciberperiodismo, como “la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos”, es decir el periodismo que se realiza en la red. La diferencia entre periodismo digital y ciberperiodismo es que dentro del periodismo digital se engloba tanto el periodismo en radio y televisión digital (Robin y Poulin, 2000) (Martínez-Costa, 1997).

#### **4.4. Cambios que ha provocado internet en el periodismo**

Las nuevas tecnologías e Internet han afectado a la profesión del periodismo y a los medios de comunicación, el lector o consumidor de medios ha experimentado un cambio de rol versus a los medios de comunicación, cambios debidos a la aparición de la web 2.0 y a las redes sociales (Vivar y Vinader, 2011).

Los nuevos roles que adoptan son los siguientes: 1) De usuario a desarrollador; 2) De observador a creador; 3) De seguidor a líder; 4) De consumidor a productor; 5) De público a jugador; 6) De lector a contador de historias; 7) De oyente pasivo a locutor activo y 8) De sujeto a participante. Las nuevas audiencias no solo adoptan nuevos roles, sino que tienen muchos más conocimientos y quieren hacerse valer en la red, por ello es necesario reinventar la profesión para dar respuesta a la nueva forma de acceso a la información por parte de los usuarios y a las nuevas rutas de información (Zamarra, 2002).

Internet es un medio diferente, por ello los medios de comunicación deben adaptarse a este nuevo medio y a los nuevos tipos de usuarios. Es un lugar en el que la publicación de contenidos y su distribución no depende de grandes grupos mediáticos, donde la información permanece en el tiempo y que representa a la sociedad, es universal y libre, no se puede bloquear, ya que si no se pondría en peligro la libertad de expresión y de información (Oliva Marañón, 2014). Gracias a Internet los ciudadanos tienen libertad de informarse y acceso a mucha información, por ello es un medio que mejora la profesión del periodismo, la participación ciudadana y la democracia.

En Internet se trabaja en red, es un medio para todos, donde los usuarios se han convertido también en emisores, con el periodismo ciudadano, en creadores de contenidos y en fuentes. Los usuarios se han vuelto exigentes con los contenidos en Internet, valoran la calidad versus la cantidad de contenidos, valoran la credibilidad de las fuentes, prefieren a aquellos periodistas que investigan. El periodismo puede ser rentable gracias a la publicidad, pero necesita de inversión y reconocimiento del copyright, el periodismo tradicional debe adaptarse a esta nueva situación y a la nueva demanda (Oliva, 2014, p. 49).

#### **4.5. Periodismo tradicional vs Periodismo digital**

El periodista ha dejado de ser un mediador para convertirse en un profesional que ayuda a entender los acontecimientos que suceden a nuestro alrededor y afectan a nuestro día a día. No debe narrar los hechos, sino trabajar con rigor para que las noticias sean fieles a la realidad y trabajar de forma imparcial (Real *et al.*, 2007). Es decir, debe trabajar de forma deontológica, independientemente de que sea un periodista digital, la forma de trabajar ha cambiado, los medios han cambiado, pero la deontología no debería olvidarse.

Oliva Marañón (2014) recuerda que el periodismo tiene una función social, la de informar, y que los ciudadanos tienen derecho a la información veraz en cualquier sociedad democrática, por lo que es responsabilidad del periodista ejercer su labor profesional con rigor. La profesión ha cambiado, ya que el periodismo se caracterizaba por ser el vigilante de los poderes económicos y políticos, y ha pasado a ser vigilado por los ciudadanos, ya que éstos tienen voz gracias a Internet y las redes sociales, pudiendo poner en cuestión a los medios de comunicación y la labor de los periodistas (Lafuente, 2012).

La UNESCO (2020) pone de manifiesto que existen dos tipos de periodismo, el que cumple con la ética y la calidad, del periodismo débil, aquel que no cumple con el rigor, que comete constantes errores, que no investiga ni contrasta la información de forma rigurosa, que es sensacionalista, idealizado o nada imparcial. El periodismo débil es diferente a la desinformación o *fake news*, pese a que en ocasiones las provoca, ya que no tiene intencionalidad. Por ello es más necesario que nunca un periodismo ético digital para luchar contra la desinformación. La UNESCO (2020) reafirma que los periodistas hoy en día no ejercen un rol de mero espectador de la gran cantidad de información y desinformación en los medios de comunicación, son trabajadores de la ética al servicio de la verdad, no deben dejarse manipular por los actores de la manipulación y la posverdad, ya que de ser así su trabajo se vería amenazado y afectaría a su credibilidad y a la de los medios por las *fake news*. Los periodistas se encuentran en un contexto de trabajo de desinformación, donde los gobiernos castigan a los medios de comunicación con regulaciones y leyes, las cuales buscan limitar la libertad de expresión por razones políticas. En este contexto, el peligro estriba en que los ciudadanos dejen de creer en el periodismo. Los usuarios

dan por cierto todo el contenido que aparece en sus redes sociales o aquél que reafirma sus emociones, en lugar de hacer caso de su cabeza. El objetivo de la desinformación no es convencer, sino impactar en la mente de los usuarios, cambiar elecciones y debilitar la racionalidad de las personas (Unesco, 2020).

El periodista digital ante la infinita información que tiene a su disposición debe buscar las fuentes de información que crea interesantes, ha de procesar la información que recibe, buscar el contexto adecuado y priorizarla, son nuevas tareas de investigación que deben estar próximas a la audiencia (Díaz, 1998). Por otro lado, el periodista clásico trabajaba con la premisa de que la información era un bien escaso que se debía encontrar (Gil, 1999).

El buen periodista digital no utiliza únicamente la red para buscar información, sino que además debe buscar información fuera de la red para contrastar la información de la red. Debe además ofrecer a los ciudadanos acceso a todas las fuentes que utilice de forma pública, para que éstos decidan si quieren profundizar en la noticia (Meso, 2002).

El periodismo digital no tiene límites de tiempo ni de espacio, por ello los enlaces cobran importancia ya que aportan más contenidos al usuario sin límites a diferencia de la radio y televisión que tienen la limitación del tiempo y de los diarios impresos que tiene una limitación de espacio. Internet ofrece por tanto la posibilidad de compartir informaciones que en los medios tradicionales no se compartirían por estas limitaciones. El periodista digital es el que clasifica la información para que el lector pueda contextualizarla.

El periodista digital debe comprobar las fuentes como garantía de su deontología, además debe tener capacidad de selección de la información y tratarla de forma inteligente y hábil para dar respuestas a las consultas o necesidades de los ciudadanos (Gil, 1999).

Entonces, cuando hablamos de periodismo digital, ¿nos referimos a periodistas reciclados o renovados? “y en todo caso, ¿qué diferencia tienen con los llamados (tal vez mal llamados), tradicionales?” (Olga Álvarez de Armas, 2003).

Según Álvarez de Armas (2003), el ejercicio de la profesión de los periodistas que trabajan en medios tradicionales y en medios digitales debe ser la misma, ya que la labor de un periodista es informar, independiente del medio donde lleve a cabo su profesión. La única diferencia es la metodología de trabajo y la forma de producir las noticias, ya que el periodismo digital no es compartir en la red el contenido de los medios como televisión, radio o prensa escrita, sino un redactor digital es algo diferente debido a las características de Internet.

Internet ha supuesto trabajar integrando tres códigos, el texto, la imagen y el sonido, una forma de trabajar más complicada que en los llamados medios tradicionales debido al contenido multimedia, ya que requiere una integración con armonía en un mensaje (Álvarez, 2003).

El nuevo reto para los periodistas digitales es la producción de la información para un medio digital, ya que ésta es multicódigo, al tener que utilizar elementos de texto y elementos audiovisuales, hasta ahora como máximo se utilizaban imagen y sonido en televisión (dos códigos). Para conseguir un mensaje multimedia los tres elementos deben estar armonizados, y además ser interactivos, lo que supone que los mensajes no deben ser lineales para permitir al usuario decidir dónde empieza y donde acaba gracias al hipertexto. Enlazar la información es otra de las responsabilidades del periodista digital, ya que no debe abusar de ellos.

## 5. Conclusiones

Hace ya más de 25 años que existe el periodismo digital y los medios digitales gracias a Internet. La red ha supuesto un cambio en la forma de informarse de los ciudadanos, en sus hábitos de consumo y en su forma de comunicarse, además ha provocado que quieran participar, opinar e interactuar en la red y con los medios de comunicación que son afines a sus creencias.

También ha provocado un cambio drástico en la profesión del periodismo, provocando nuevas formas de trabajar, nuevo perfil profesional multitasking, nuevo rol del periodista en el medio y con los usuarios, la aparición de nuevos medios de comunicación, la precariedad en la profesión, e incluso que muchos periodistas hayan pasado a ser creadores y editores de su propio medio.

Las nuevas audiencias al tener más acceso a más información valoran más el contenido, son más exigentes, están en teoría más informadas, y han cambiado su rol versus a los medios de comunicación, incluso participando con el periodismo ciudadano, convirtiéndose en fuente, reporteros, productores y distribuidores de contenido gracias a las redes sociales y a los blogs. Los medios digitales han surgido en este nuevo panorama gracias a las nuevas tecnologías y debido a la demanda de la sociedad que reclama más información, más fuentes y ha provocado una diversificación de la industria de los medios de comunicación capitalizándola en muchos más medios.

El periodismo y los periodistas deben conocer y tener claro el código deontológico que rige su profesión, ya que al estudiar la carrera se lo explicaron, y al ejercer su profesión o colegiarse, deberían recordarlo y utilizarlo en su buen hacer de la profesión. Muchos periodistas seguramente no recordarán el código deontológico que estudiaron en la universidad, por lo que en el ejercicio de su profesión y con el paso de los años, ¿deberían ser los colegios profesionales o los medios de comunicación dónde trabajan los que recuerden la ética de la profesión?

Roger Jiménez afirma que cualquier actividad de un periodista, independientemente del medio en el que

trabaje debe tener como base la búsqueda de la verdad. Un periodista profesional debe trabajar con ética, libertad (imparcialidad) y calidad, son la base de la excelencia en la profesión. Si el periodismo no se ejerce cumpliendo estas directrices y cumpliendo los códigos deontológicos puede ser utilizado como un arma de manipulación de la sociedad mediante la posverdad, la propaganda y las *fake news*.

El periodismo digital es innovador, ya que tiene nuevas características (multimedia, atemporal, inmediato, actualizado, hipertexto, ilimitado y accesible) que no lo limitan como son el espacio, el tiempo y las particularidades de la propia red. Todo ello ha conseguido que la profesión tenga que reinventarse, pero sin perder su esencia y su deontología. La metodología de trabajo ha cambiado, los medios han evolucionado y han surgido nuevos canales de comunicación, pero el periodista debe ser igualmente independientemente y trabajar cumpliendo los códigos deontológicos.

Por otro lado, los ciudadanos tienen acceso a información infinita, podrían contrastar la información y las fuentes, pero no lo hacen, sino que buscan reafirmar sus creencias sin tener en cuenta la veracidad de éstas o el contenido. Una situación desestabilizadora para la profesión y para la función que tiene el periodismo en la libertad y en la democracia.

## Referencias

- Álvarez, O. (2003). Periodismo digital, periodistas digitales y empresas multimedia. *Hipertext.net*. Universidad Pompeu Fabra <https://bit.ly/2NTprlh>
- Amorós, M. (2019). Los medios de comunicación contra las noticias falsas: todo es falso, ¿salvo el periodismo? *Cuadernosdeperiodismo.com* <https://bit.ly/2jWiyVT>
- Aparicio Cid, R. (2020). A contracorriente. Los medios digitales independientes de periodismo digital en México. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 53, 1-22. <http://doi.org/10.15198/seeci.2020.53.1-22>
- Aristóteles. *Ética a Nicómaco*. Ed. Tecnos. 2018.
- Ardiles Thonet, M. (2017). Posverdad: la precarización del conocimiento. *Revista Mensaje* <https://bit.ly/3UaKwJU>
- Asociación de la Prensa (2020). *Informe de la Profesión Periodística*. Asociación de la Prensa. Madrid
- Baquero, C. (2018). Una periodista de 'Le Monde' revela que el Govern compra el apoyo de los medios al 'procés'. *El País*. 04/06/2018. <https://bit.ly/2LmMwuh>
- Barroso Asenjo, P. *La ética periodística en los 27 países de la Unión Europea* <https://bit.ly/3Li5EtN>
- Bell, E. (2015). The 12th annual Hugh Cudlipp lecture, as delivered by the director of Columbia University's Tow centre for digital journalism. *The Guardian*. <https://bit.ly/3qM99yR>
- Bourdieu, P. (1979). *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Paris: Éditions de Minuit.
- Bourdieu, P. (1996). *Sur la télévision suivi de L'emprise du journalisme*, Paris: Liber/Raisons d'agir.
- Burgos Suárez, J. (2019). *Un acercamiento crítico a las noticias falsas desde la teoría de Lippmann*. Universidad de Manizales. <https://bit.ly/3qM9hyl>
- Casasús Guri, J. (2000). Per una Crítica de la raó informativa. *Periodística: revista acadèmica*, p. 69-76. <https://bit.ly/3Li0j3z>
- Código Deontológico periodistas Cataluña (2016). <https://bit.ly/2LOdmvE>
- Código Deontológico Europeo Profesión Periodística. (1993). <https://bit.ly/3LgPNvi>
- FAPE. Código Deontológico de Periodistas España. (2017). <http://fape.es/home/codigo-deontologico/>
- Cuevas Badallo, A.; Labrador Montero, D. (2020). *Democracy and Inquiry in the Post-Truth Era: A pragmatist Solution*. *Disputatio* nº13. <https://bit.ly/3DsOwzA>
- Di Magio, P. (2019). *La influencia de internet en la producción y el consumo de cultura. Destrucción creativa y nuevas oportunidades*. Pincetown University (USA). Open Mind BBVA. <https://bit.ly/2AQ09Qg>
- Doria, J. (2018). El periodismo debe combatir el sectarismo y formar lectores críticos. *El País*. 18/01/2018. <https://bit.ly/3BEud0B>
- Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining "fake news" A typology of scholarly definitions. *Digital journalism*, 6(2), 137-153.
- El País (2002). *Libro de Estilo*. 2002
- Forcada, D (2016). El exjefe de prensa de Alicia Sánchez Camacho, nuevo director de TVE. *El confidencial*. 07/03/2016. <https://bit.ly/3R0nXjs>
- Fleming, C. (2016). ¿Medios de comunicación o máquinas de propaganda? *Alerta digital*. 22/11/2016. <https://bit.ly/3RQ8YyK>
- González Alba, J. (2016). *La innovación, motor del cambio de la profesión periodística*. *IC Revista de información y comunicación*. Universidad de Cádiz.
- Jiménez Monclús, R. (2016). *Cien Casos. La ética periodística en tiempos de precariedad*. Editorial Universidad de Barcelona.
- Juan, J. (2017). Periodismo versus propaganda. *La Vanguardia*. 01/09/2017. <https://bit.ly/3dbtM4I>
- Humanes, M<sup>a</sup> Luisa (2018). La profesión periodística en España. *ZER-Revista Estudios de Comunicación*. 2016 <https://bit.ly/3dbtM4I>
- Lehane, D. (2017). *Vivir de noche*. RBA Libros.
- Lafuente, G. (2012) ¿Cómo hemos llegado hasta aquí? Fernando el Santo, Colección: Cuadernos de comunicación Evoca 7. El futuro del Periodismo. Evoca Comunicación e Imagen.
- Martínez-Costa, M. (2018). *El mercado de los medios digitales en España*. Universidad de Navarra <https://bit.ly/2J6IQPA>
- Mato Veiga, J. (2014). *La muerte de la exclusiva: efectos de trasladar el periodismo a Internet*. Universitat Illes Balears.
- MCintyre, L. (2018). *POSVERDAD*. Editorial Cátedra.
- Martínez Sánchez, O. (2016). Ética y autorregulación. Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal de México. <https://bit.ly/3Ubz0Oe>
- Oliva Marañón, C. (2014). El periodismo digital y sus retos en la sociedad global y del conocimiento. *Aposta, Revista Ciencias Sociales*. <https://www.redalyc.org/pdf/4959/495950257004.pdf>
- Parra Valero, P; Oliveira, L. (2018). *Fake news: una revisión sistemática de la literatura*. *Observatorio (OBS\*) Journal*, special Issue (2018).

- Pérez de Armiñán, C. (2018). Código deontológico de la FAPE: 25 años de autorregulación periodística. *El País*. 20/02/2018. <https://bit.ly/2CBaHjP>
- Pérez Fuentes, J. (2004). Ética periodística: principios, códigos deontológicos y normas complementarias. Editorial Universidad País Vasco.
- Pichichua, S. (2017). *Fake news: 7 tipos de desinformación*. Universidad Católica del Perú (PUCP) <https://bit.ly/3S2XCaf>
- Posetti, J.; Matthews, A. (2018). *Una breve guía de la historia de las 'noticias falsas' y la desinformación* <https://bit.ly/3BS6URj>
- Puig, F. (2018). Iñaki Gabilondo: Me gustaría que el periodismo no agravara los problemas de convivencia. *La Vanguardia*. 26/05/2018. <https://bit.ly/2IUIYi4>
- Ramonet, I. (2004). *El periodismo del nuevo siglo* <https://bit.ly/3BFY09i>
- Redacción Enguada (2015). Roger Jiménez, Premio de Periodismo Manu Leguineche'. 01/12/2015. <https://bit.ly/3BHuYG5>
- Rodríguez, E. (2013). Periodismo y derechos humanos. *Página12.com.ar*. 02/04/2013. <https://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-216690-2013-04-02.html>
- Rodríguez L.; Ángel, É., Fernández L., Francisco – Mercado, J. (editores), *Philosophica: Enciclopedia filosófica on line*, URL. 2009.
- Rubio, I. (2018). Trabajadoras de RTVE lanzan #AsíSeManipula para denunciar malas prácticas en el ente público. *El País*. 30/04/2018. [https://politica.elpais.com/politica/2018/04/30/actualidad/1525106888\\_386970.html](https://politica.elpais.com/politica/2018/04/30/actualidad/1525106888_386970.html)
- Ruiz, C.; Micó, J.; Canavilhas, J.; Masip, P. (2008). La ética en el ejercicio del periodismo: Credibilidad y autorregulación en la era del periodismo en Internet. *Estudos em Comunicação*. <https://bit.ly/3QKP1Ib>
- Salaverría, R. (2018). Periodismo digital: 25 años de investigación.
- Saldago, C. (2017). *Información falsa: La opinión de los periodistas*. UNESCO. <https://es.unesco.org/courier/july-september-2017/informacion-falsa-opinion-periodistas>
- Sánchez A. (1999). Profesionalidad y ética. El caso de los periodistas españoles. *Communication & Society* (Universidad de Navarra)
- Santos, F. (1994). *Periodistas*. Editorial Temas de hoy.
- Solís Mamani, C. (2020). El periodista como comunicador estratégico: ¿Un nuevo mito del periodismo?. *Perspectivas de la Comunicación*, 13(2), 73-103
- Suárez-Villegas, J. (2015). *Nuevas tecnologías y deontología periodística: comparación entre medios tradicionales y nativos digitales*. Universidad de Sevilla. <https://bit.ly/3QJYYpm>
- Serrano, P. (2008). De la censura a la mentira. *Público*. 11/02/2008. <https://bit.ly/3Lgslyd>
- Unesco. Código de Ética. <https://bit.ly/3QMkl3Zf>
- Vidal Casero, M. (2016). Información sobre códigos deontológicos y directrices sobre ética en Internet. *Revista Bioética y Ciencias de la Salud*, 5(4) Universidad de Valencia <https://bit.ly/3qLd8M>