
CAPÍTULO 95

“Ética periodística en la consulta de fuentes mediante Internet y en el tratamiento de la información resultante”

Merlyn Lossada (Universidad de Zulia, Venezuela)
mlossada@gmail.com

Leisy Rondón (Universidad de Zulia, Venezuela)
leirondon@gmail.com

Resumen

Internet constituye un espacio fértil y casi impune para el anonimato, para la creación de falsas identidades o la usurpación de las reales, igualmente dificulta la protección de la propiedad intelectual y los derechos de autor lo que facilita el plagio. Esto supone un mayor reto para los periodistas que usan la herramienta, a la hora de responder la exigencia ética asociada a la veracidad de los datos y la confiabilidad de quienes los aportan. La investigación describe el desempeño ético de periodistas de diarios impresos, al consultar fuentes mediante Internet y al tratar la información obtenida en el proceso.

Palabras claves: Ética, periodismo, Internet, fuentes, veracidad.

Abstract

Internet is an almost outlaw territory. Are frequent false identities and usurpation of the real ones. On line is as well difficult to protect intellectual property and copyright, so it facilitates plagiarism. That context implies a major ethical challenge for journalists when they try to keep the accuracy of the data and the reliability of its sources. This paper describes the ethical performance of journalists from newspapers, when they try to get information through the internet and when they process that information.

Keywords: Ethics, Journalism, Internet, Sources, Truthfulness

1. El contexto

El ejercicio de la comunicación masiva enfrenta grandes retos en la sociedad del conocimiento. El llamado “periodista de la era de la información”, en primera instancia deberá estar capacitado para hacer uso eficiente y efectivo de las infinitas posibilidades que le ofrece Internet en sus labores de indagación periodística, particularmente si se considera la actual reinención del periodismo.

El nuevo escenario mundial está fuertemente impactado por la telemática, el ciberespacio, el Correo Electrónico, la Web, la Teleconferencia, los sistemas Peer to Peer, las Listas de Interés, Blogs, Wikis, las omnipresentes Redes Sociales Digitales y muchos más. Los comunicadores sociales asumen plenamente hoy el uso internet como medio de acceso a sus fuentes. Hay quienes no acuden a sus fuentes sino por estas vías, pero aparentemente sin asimilar del todo aún, cómo y de qué manera el abordaje de esta infraestructura intermediaria les obliga a redimensionar las consideraciones de carácter ético y jurídico en el ejercicio de sus labores periodísticas.

La red Internet fue diseñada con una arquitectura de filosofía libertaria que evita de modo natural los controles, por ese motivo se ha tornado rápidamente en un espacio fértil e impune para las transgresiones. Esta red da amparo al anonimato, a la creación de falsas identidades o a la usurpación de las reales, dificulta la protección de la propiedad intelectual y los derechos de autor, por ende facilita el plagio y permite la distribución no controlada de contenidos, cosa que aunque en sí misma no es negativa, acarrea serias previsiones. Todos estos factores ponen en riesgo, en ese marco, la veracidad de los datos y la confiabilidad de quien los suministra.

En Internet, quien suministra información puede fácilmente ser un infractor, un impostor o un fraude. De igual modo, el contenido encontrado puede ser inexacto, falso o estar atribuido a un origen o autoría cuestionables. En un escenario tal, el periodista está obligado como nunca, a extremar las medidas para asegurar que lo que publica sea veraz. Es aquí cuando surge la interrogante que da pie al abordaje de la presente investigación: ¿Los periodistas de los diarios impresos se apegan a parámetros éticos, de acuerdo con lo que señala su deontología profesional, al consultar fuentes mediante Internet y al tratar la información resultante de ese proceso? ¿Velan por la confiabilidad de sus fuentes y por la veracidad de los datos que suministran?

El hecho de que Internet provea amplias gamas de recursos de comunicación y permita el flujo constante de una enorme cantidad de información -derribando en el proceso limitaciones económicas, temporales y geográficas-, la convierte en un instrumento que facilita el acceso del periodista a una lista interminable de fuentes; no obstante, el uso de la red con fines periodísticos presenta una delicada dualidad que requiere precisión: por un lado, las fuentes digitales o electrónicas presentes en la red han adquirido un valor exponencial de gran magnitud, no sólo por su velocidad de respuesta, sino por la precisión y amplitud de información que ofrecen, lo cual a su vez les permite ser un respaldo contextual importante para el abordaje y profundización de trabajos periodísticos, especialmente de investigación; pero por el otro, muchos de los datos que viajan en la red provienen de fuentes no confiables.

Esta realidad apunta al convencimiento de que los periodistas que utilizan la red como canal de acceso a fuentes virtuales, necesariamente deben asumir -ahora con destacado celo- sus deberes éticos; esos mismos que en nada antagonizan con los principios y valores aplicables desde siempre a los métodos tradicionales de acercamiento, consulta y tratamiento de fuentes informativas en el mundo real.

El cuidado que el periodista debe tener al seleccionar, consultar y tratar a estas fuentes, cuando acude a la red para acometer labores de indagación y búsqueda de información, supone asumir, en la práctica, la permanente y responsable aplicación de procedimientos de verificación que permitan corroborar los datos, y al mismo tiempo lleva implícita la exigencia de entender su metodología y hacer un uso adecuado de citas, referencias y elementos que den cuenta del respeto y reconocimiento a los derechos de autor.

Las preguntas se delimitan y multiplican. Los objetivos de esta investigación las recogen:

¿Se apegan los periodistas de los diarios impresos zulianos a parámetros éticos, según lo que expresa la deontología de su ejercicio profesional, al consultar fuentes mediante Internet y al tratar la información resultante de ese proceso?

¿En qué medida los periodistas de los medios impresos venezolanos comprenden la necesidad de extremar las consideraciones éticas y jurídicas que les impone el uso de Internet en sus labores de indagación periodística?

¿Cuáles son los criterios de evaluación, selección y ubicación de fuentes usados por los periodistas de los diarios Venezolanos en la búsqueda de información a través de Internet?

¿Cuáles son los procedimientos de comprobación y verificación de información usados efectivamente por estos periodistas cuando consultan una fuente mediante la Internet?

¿En qué medida las informaciones publicadas por los periodistas de los diarios impresos zulianos, registran elementos que dan cuenta del respeto a la autoría intelectual y el reconocimiento de los derechos de autor?

2. Indicadores

El cuestionario usado en la investigación incorpora 33 ítems, de ellos 20 suministran información sobre las categorías: **Veracidad de la Información** y **Confiabilidad de las Fuentes**. Como se ve, el método y los resultados prestan especial atención a esas variables en el entendido de que ellas constituyen piedra angular en la ética del ejercicio periodístico.

Esas categorías vistas inicialmente de manera desarticulada, sin embargo, parecen estar más ligadas al estudio de las características de la información y sus proveedores, que al estudio de la conducta ética del periodista cuando emplea la Internet para llegar a una fuente.

Por eso se deja claramente definido, y así lo recogen formalmente las variables metodológicas y sus indicadores, que los datos a valorar deben llevar a un conocimiento formal y estructurado sobre las intenciones y acciones concretas que dan cuenta de la conducta y el comportamiento ético del periodista cuando usa la Red en el proceso de recopilación y posterior distribución de información.

Redunda hacer énfasis en el compromiso ético que debe tener el periodista con la veracidad de la información y los mecanismos que la garantizan. Universalmente las normas jurídico-deontológicas asociadas al ejercicio del periodismo coinciden en eso.

La investigación pondera de manera taxativa y explícita, las conductas, las acciones y actos del comunicador que lo llevan, o no, a la **verificación de la confiabilidad de las fuentes** y a la confirmación de la veracidad de la información. Pero además, al **respeto a las fuentes** y la información suministrada por ellas, al **conocimiento efectivo y funcional de la normativa jurídico-deontológica** y a la **comprensión de la Importancia crítica de esa normativa cuando se usa la Red**.

3. Hallazgos

En general, la exploración revela una tendencia consistente que delata la transgresión de parámetros éticos. En algunos aspectos la mencionada tendencia reposa en el convencimiento de que mientras esos parámetros se asumen como válidos y necesarios en el mundo real, mientras que se les confiere menor importancia si el proceso involucra la mediación de Internet.

En lo relacionado con la confiabilidad de la fuente en el contexto establecido, el estudio evalúa la selección que de ellas hace el periodista. Se definen como parámetros

ideales para esa selección, criterios y cualidades como origen, calidad, prestigio y credibilidad de esas fuentes. Uno de los primeros resultados resaltantes de la investigación tiene que ver precisamente con estos aspectos.

Usando la Internet como infraestructura intermediaria, el periodista tiene un abanico de recursos para entrar en contacto con fuentes vivas y para tener acceso a fuentes documentales. Por su naturaleza y características, la calidad de la información que obtenemos usando esos recursos, en términos de formalidad y precisión, puede variar significativamente de uno a otro, por lo que una determinada selección afecta a la variable.

La experiencia con el manejo de la tecnología parece ser un factor importante. 20% de los que mayor cantidad de tiempo han pasado usando la Internet, según los resultados de sus entrevistas, son usuarios de aplicaciones web 2.0. Esto indica que, como era de esperarse, los sistemas que demandan mayor experticia técnica del periodista, son usados por quienes han acumulado más experiencia en el uso de Internet.

La World Wide Web, por su lado, vista como la porción multimedia de la red, es decir, el ámbito telemático donde la información coexiste en todas sus facetas (fotos, gráficos, texto, audio, video), tiene, además del uso generalizado y extendido, el mérito de haberle dado viabilidad a la categoría "Libertad de Expresión", asociada al llamado "Proceso de descentralización de la distribución de información". Esto es, en esencia, positivo: en la Web, cualquiera puede decir lo que quiera cuando quiera.

El problema con esa posibilidad inherente a la WEB es que representa dos retos éticos distintos para el periodista, siempre dependiendo del rol que desempeñe. Si el comunicador se vale de la WEB como soporte para distribuir contenido informativo, debe tener claro que aunada a una gran libertad viene siempre una gran responsabilidad. Pero si dentro del proceso de recopilación de información, se vale de la WEB para llegar a una fuente informativa, entonces, entendiendo que en ese espacio "cualquiera puede decir lo que quiera cuando quiera", el periodista está obligado a preocuparse, seriamente, por la veracidad y calidad de la información a la que se aproxima por esa vía.

Algunos criterios se asocian con frecuencia a la confiabilidad de la información de un sitio en la WEB. En general, se acepta que aspectos tales como el respaldo institucional que tenga un sitio, su carácter "oficial", su reconocimiento social, y su vinculación con estructuras del mundo real (no virtual), pueden ser un punto válido de inicio.

Esos criterios se ofrecen como opciones en el cuestionario. Como parte de una estrategia metodológica, se ubica en una posición anterior del mismo instrumento, un ítem que interroga al entrevistado sobre los mismos criterios, pero de manera abierta, es decir, sin ofrecerle ninguna alternativa de respuesta fuera de las que exponga a partir de su propia elaboración. Esta estructura aparentemente redundante que el instrumento contiene en algunas áreas, se usa como mecanismo de verificación y control de los datos.

En este caso, los resultados muestran alta incongruencia entre respuestas a preguntas abiertas y cerradas que se complementan y controlan, lo que metodológicamente podría interpretarse como "respuesta de baja confiabilidad". Los criterios elaborados abiertamente por los periodistas en la pregunta inicial para adjudicarle confiabilidad a la información suministrada por un sitio WEB, no se ajustan del todo a las opciones del ítem cerrado posterior; no obstante, los entrevistados ofrecen algún ángulo adicional válido no presente en las opciones.

Al momento de responder al ítem -pregunta abierta- solo 30% del grupo hizo referencia al “Respaldo Institucional” como criterio de confiabilidad. Pero al ofrecerles esa opción en la pregunta 17 (de opciones cerradas), 100% de los encuestados afirmó que ese era un criterio que aplicaba.

Algo similar ocurre con el resto de las opciones cerradas. 80% del grupo seleccionó, al final, la “Existencia de una contraparte del sitio en el mundo real” como un criterio válido, seguido por un 75%, que optó por el carácter "oficial" del sitio, mientras que al inicio de la entrevista no mencionan ningún criterio relacionado o parecido a éstos. La respuesta de menor frecuencia, alcanzó incluso un 70% de la muestra, que vincula la calidad de la información del sitio con la “Aceptación Social” como un criterio válido.

De las respuestas a la pregunta abierta (ítem nº 3), se puede inferir que los entrevistados le confieren importancia al prestigio y/o carácter académico de la fuente. 70% de la muestra afirmó usar ese criterio. 20% le concede confianza al sitio si identifica el origen de la información que publica, otro 20% si el lugar fue recomendado por una autoridad en la materia. Un 30% lo hace dependiendo del prestigio y calidad de los vínculos externos que ofrece, y del prestigio y calidad de quien recomienda ese sitio y mantiene vínculos hacia él.

Vale la pena subrayar que se le está pidiendo a periodistas que expresen libremente qué elementos de juicio emplean para conferirle credibilidad a la información publicada en un sitio Web. Como respuesta surge un criterio particular: "Que el sitio sea un medio de comunicación". 60% de los periodistas encuestados, así lo cree. Este dato resaltaré nuevamente más adelante.

Un mecanismo complementario que puede ayudar a establecer la medida en la que estos periodistas cumplen con su responsabilidad ética de velar por la confiabilidad de las fuentes que consultan en la red y por la veracidad de la información resultante, sería ver esos criterios operando. Es decir, ver cuáles son, efectivamente, los sitios o tipos de sitio en la WEB que los entrevistados suelen seleccionar y consultar. Esto se pregunta en el ítem número 2 del instrumento. Se pide esa información, obviamente, antes de preguntarles qué criterios usaban y mucho antes aun de ofrecerles opciones al respecto, por lo cual es de suponer que la respuesta no esté contaminada. Veamos:

2. En su actividad periodística, ¿cuáles son los sitios o tipos de sitio en la Web que consulta con mayor frecuencia como fuente?

Vistas inicialmente de manera individual, las respuestas aquí parecen mostrar una tendencia negativa. 60% de la muestra seleccionó entre sus opciones, lugares asociados a la industria del espectáculo y el entretenimiento. Se evidencia en esos casos, muy poca tendencia a usar información validada por criterios idóneos. Por lo general estamos en presencia de fuentes no autorizadas de información y sin ningún carácter oficial.

En cuanto a los medios noticiosos telemáticos, en este ítem (nº 2), la otra opción individual predominante (80%) refleja que una alta cantidad de las consultas se realizan en medios de comunicación en línea.

Al observar las otras respuestas al ítem, se detecta cierta preferencia por la consulta de sitios asociados a instituciones políticas e instancias de gobierno (40% seleccionó esa

opción), 30% menciona organismos internacionales, 25% Instituciones educativas y sólo 20% sitios asociados a la salud.

Estas respuestas vistas en conjunto muestran una tendencia general a seleccionar sitios acordes con los criterios previamente establecidos como ideales. Todas esas fuentes de información tienen representación y respaldo institucional en el mundo real, reconocimiento y aceptación social, carácter oficial y por lo general son recomendados (con enlaces de hipertexto -llamados vínculos-) por otros sitios de prestigio y calidad.

Visto así, esas consultas en la Web con fines periodísticos estarían apegadas a criterios éticos, o lo que es lo mismo en este caso, a la selección de mecanismos de recopilación y procesamiento de información que tienden a garantizar la veracidad de los datos. No se debe perder de vista, sin embargo, que un 60% opta por sitios no oficiales (no confiables) de espectáculo y entretenimiento, y un notorio 80% escoge medios de comunicación en línea.

Podría argumentarse que, en su mayoría, los medios de comunicación que usan la Internet como soporte para distribuir noticias, tienen una versión en el mundo real, tienen aceptación social, respaldo institucional, carácter oficial y son recomendados por otros sitios de prestigio y calidad.

Con ese marco de referencia, la consulta de medios telemáticos como fuente de información periodística, suena como una opción ideal y válida. Esto, bien podría no ser así.

Se pueden mencionar distintos aspectos que condicionan el uso de sitios noticiosos como fuente de aceptable credibilidad. Aquí es pertinente hacer referencia una vez más a la "Descentralización de la Distribución de Información". Hay enormes posibilidades en la Web de distribuir contenido sin que medie ningún tipo de mecanismo de supervisión o control que esté más allá del "Ethos".

Adicionalmente, en la bibliografía sobre el tema, se han referido situaciones como la descrita por Ignacio Ramonet cuando plantea la modificación del concepto de veracidad de la información. (Sala de Prensa, 30 Abril 2001):

"Basta con que un hecho sea lanzado desde la televisión (a partir de una noticia o imagen de agencia) y repetido por la prensa escrita y la radio, para que el mismo sea acreditado como verdadero sin mayores exigencias ...Y como en la actualidad los medios funcionan entrelazados, en bucles, de forma que se repiten e imitan entre ellos, es frecuente la confirmación por parte de un medio, de la noticia que éste mismo lanzó a partir de la reproducción de la misma en otro medio, que simplemente la levantó del primero".

Siendo así, esto atenta contra la posibilidad que tiene el público de conocer la verdad. ¿Qué medios tiene el ciudadano para averiguar si se falsea la realidad? No puede comparar unos medios con otros. Si todos dicen lo mismo, no está en condiciones de llegar, por sí mismo, a descubrir lo que pasa.

Ese reciclaje potencial de contenido informativo noticioso descrito para la industria periodística tradicional, tiene espacio para un incremento y desarrollo exponencial en el

ámbito de los medios de soporte digital, catalizado precisamente por la naturaleza libertaria del soporte.

Como consecuencia de todo esto, el periodista, por razones éticas, entre otras, está obligado a confirmar de la manera más eficiente posible todos los vectores de la información que extrae de fuentes secundarias, en especial cuando llega a ellas usando como canal la Internet. La pregunta es, ¿lo hace?

A la pregunta: **¿Cuándo Ud. obtiene información de la Internet, ¿qué procedimiento(s) o mecanismo(s) pone en práctica para confirmar y garantizar la veracidad de esos datos?** El 25% de los periodistas entrevistados en esta investigación asegura no usar ningún mecanismo alguno. En este caso, 25% es una cifra significativa. Es la totalidad estadística de los comunicadores sociales que afirman sin el menor reparo que no confirman por ninguna vía la veracidad de la información que obtienen de una fuente cuando para ello usan la Internet. Este personal acepta sin reserva que procesa información sin preocuparse por indagar, dentro de sus posibilidades, si lo que va a publicar es verdad.

La vía ideal de obtención de información y por supuesto de su verificación, es la fuente primaria. En el caso de la pregunta 16, donde no se ofrecen opciones de respuesta y el periodista consultado debe argumentar libremente, sólo el 10% de los encuestados afirmó que acude a fuentes primarias para confirmar información obtenida mediante Internet. Este dato entra en clara contradicción con el arrojado por el ítem nº 18. En ese caso, 95% afirmó (seleccionándola de entre una lista de opciones que se le brindan) que reconfirma directamente los datos con fuentes primarias y secundarias. El cruce de control entre ambas preguntas permite ver un contraste que estadística y metodológicamente se interpreta, una vez más, como una respuesta de baja confiabilidad.

El mismo caso se repite con la opción "revisión documental de la información", que se ofrece como alternativa en la pregunta 18. El 80% selecciona el mecanismo afirmando así que lo usa; cuando anteriormente, en el ítem 16, sólo el 05% afirma que acude, para confirmar datos, a fuentes documentales.

En el caso del Ítem 18, el 100% seleccionó el “contraste de fuentes” como mecanismo de verificación; anteriormente, en la pregunta 16, de propia iniciativa, la cifra había sido menor: 80%. Sin embargo, lo que la mayoría entiende por contraste de fuentes es la consulta comparativa de otros sitios en la Red, por lo general otros medios de comunicación en línea. Esto no sólo diluye la valoración positiva de las respuestas a los ítems 16 y 18, sino que hasta podría llevar a demostrar la tesis de Ramonet.

Si analizamos de manera aislada las respuestas a la pregunta 18, tendríamos que afirmar que estamos frente a un desempeño profesional totalmente divorciado de la negligencia, y comprometido, al más profundo nivel, con los valores éticos propios de este ángulo del tratamiento de la información. Según la respuesta a esa pregunta, 100% de los entrevistados verificaría la información, contrastaría las fuentes; 95% reconfirmaría directamente con fuentes primarias y secundarias, 80% ejecutaría revisión documental de la información, 90% consultaría a contactos de confianza y 80% se valdría de fuentes especializadas para confirmar la información. Datos poco menos que perfectos. Solo dos preguntas antes, cuando al mismo grupo se le pidió que dijera qué procedimientos o mecanismos ponía efectivamente en práctica para confirmar y garantizar la veracidad de los datos obtenidos a través de la Internet, en el 25% de los casos la respuesta fue: **NINGUNO.**

Vale la pena repetir la afirmación según la cual el periodista, por razones éticas, está obligado a confirmar, en la medida de sus posibilidades, la verdad. ¿Lo hace? Las cifras más benévolas dicen aquí, que si lo hace, lo hace mal.

En el trabajo periodístico, la selección inicial de una fuente de información viva o documental tiene un papel estrechamente ligado con la calidad de la información. Lo ético es proteger el derecho que tiene el público de conocer la verdad. Discriminar entre una buena y una mala fuente periodística puede ser el primer paso para cumplir con esa responsabilidad.

Llegar a una fuente periodística usando la infraestructura telemática como intermediaria, tiene sus particularidades. Hasta el recurso técnico o servicio empleado afecta su calificación. Ya lo hemos visto. Pero volviendo a los criterios que le otorgan credibilidad a las fuentes consultadas en la Red, la información aportada por el grupo que afirma que consulta bases de datos (05%), es satisfactoria, al menos, en un 75% de los criterios aportados, cuando afirman que las universidades, bibliotecas y revistas especializadas y cuerpos policiales se encuentran entre las bases de datos que ellos consultan. Pero una cosa es definir criterios para concederle credibilidad a la información que suministra una fuente y otra muy distinta es definir criterios que lleven a discriminar entre una fuente y otra.

En la pregunta 11, se le pide al entrevistado que exponga los criterios que usa para escoger una fuente. El grupo más numeroso (35%) afirmó que escoge una fuente según el cargo que ésta ejerza. 30% se inclinó por el dominio que tenga sobre el tema. 25%, porque se la recomiendan, 15% por su pertinencia circunstancial y ya en otra tónica, un 10% afirmó que trabaja con una fuente si el medio la asigna. Esta última opción no constituye un criterio propio.

En la pregunta que presenta opciones cerradas (ítem 15), 10% cuando se trata de una fuente que suministra información que contrasta con las de fuentes consultadas previamente.

En los dos ítems, aparecen tres criterios que coinciden: 35% de los encuestados afirma, por iniciativa propia, que selecciona a las fuentes por el dominio que tienen éstas sobre el tema (experiencia/ experticia). Luego, unas preguntas más adelante (ítem 15), el 90% del grupo selecciona esta opción cuando se le ofrece explícitamente.

La opción relacionada con el cargo que ejerce la fuente, fue escogida de entre las opciones por el 85% del grupo, cuando antes, menos de la mitad de esa cifra, 35%, mencionó ese criterio. Igualmente ocurre con la categoría "Pertinencia", esto define el criterio que selecciona a una fuente por razones circunstanciales. El testigo de un evento, por ejemplo. 95% seleccionó esta opción cuando se les mostró. Sólo el 15% la mencionó antes por iniciativa propia. Respuesta de baja confiabilidad.

La opción de seleccionar fuentes idóneas, calificadas, pertinentes, está directamente relacionada con la posibilidad que tiene el periodista de llevar la verdad al público. El periodista está obligado por principios éticos y deontológicos a ponderar y seleccionar las fuentes basado en criterios válidos.

A pesar de que estas consideraciones se plantean en el presente estudio dentro del marco de la dinámica de las redes telemáticas, son de aplicación universal en el ejercicio del periodismo. Sin embargo, en el caso de la red Internet se presentan problemas adicionales y

exclusivos en lo relacionado con el manejo y tratamiento de las fuentes periodísticas, que el comunicador debe tener en cuenta.

Por su naturaleza y características, Internet da amparo al anonimato, alberga condiciones que amenazan la propiedad intelectual y el respeto a los derechos de autor, por lo que es campo fértil para el plagio, la usurpación y la existencia de falsas identidades o avatares.

Hoy, el periodista que usa Internet para ponerse en contacto con una fuente viva o consultar una documental, tiene una preocupación adicional. ¿Es la fuente, quien dice ser? ¿Es legítima la autoría que reclama o detenta? ¿Son realmente sus ideas las expresadas o se las atribuyen? ¿Está en la situación en la que asegura estar? De esto muchas veces depende la calidad y veracidad de la información. Es necesario cerciorarse.

Algunas veces no es difícil. El 80% de los encuestados afirma en la pregunta número 8 que ha usado algún sistema de teleconferencia para consultar una fuente. A ese grupo se le preguntó cómo se cercioraba de su identidad (pregunta n° 9). Más de un tercio afirmó que no lo hacía. Más del 60% admite que no confirma la identidad de la fuente. Los que aseguran confirmar, es decir, 39,59%, se debaten entre el chequeo telefónico, la identificación visual y auditiva y el uso de preguntas de control.

En el caso de la teleconferencia, además de intercambiar textos, se podría escuchar y ver a la fuente y puede que hasta su contexto. Sin embargo, no llega al 20% el grupo que en este caso usa sistemas de audio o video (ver ítem 8). 61.7% usa la modalidad de texto, que es la menos confiable de los sistemas de comunicación multimedia en tiempo real existentes.

El correo electrónico tiene la misma debilidad, incluso con aristas más delicadas. Por un lado, con él, la posibilidad de ocultación, usurpación y/o forjamiento de identidades es extremadamente alta, mientras que por otro, se ha convertido en el recurso telemático de comunicación preferido o más usado en la sociedad actual. Los periodistas no son la excepción. Recordemos que el 100% (ver ítem n° 10) del grupo entrevistado para este estudio aseguró que usaban ese servicio de Internet para entrar en contactos con fuentes de información.

Se les preguntó si verificaban la identidad de la fuente con la que se comunicaban por correo electrónico: Más de la mitad respondió que no.

Para profundizar más en la exploración de este dato, lo abordaremos en dos niveles: primero, analizando la efectividad de los mecanismos y/o procedimientos que emplea el grupo que sí verifica la identidad de la fuente; y segundo, concentrándonos en las motivaciones del grupo que no lo hace.

La confirmación telefónica es el procedimiento más usado. En este caso fue mencionado por el 75% del subgrupo. Este sistema de verificación tiene para quienes lo usan una aplicación práctica que implica un ahorro financiero, sobre todo en el caso de *"pequeñas organizaciones periodísticas que basan toda su existencia en el uso intensivo de las tecnologías de información y comunicación"* (Lossada,1997).

El teléfono se usa básicamente para confirmar datos como acuses de recibo e identidades, en lugar de *faxear* extensos documentos o sostener largas y costosas entrevistas telefónicas.

Como mecanismo de verificación de la identidad de una fuente, 25% del subgrupo opta por el envío de preguntas de control que sólo la fuente legítima podría responder. Otro 25% opta por confirmar, con terceras personas, que la nomenclatura de la dirección de la que disponen, corresponda al supuesto titular. La efectividad de este mecanismo es relativa. En el mundo de la piratería informática lo más fácil parece ser usurpar una dirección de correo electrónico. La selección múltiple indica que en algunos casos se emplea más de un mecanismo, lo que incrementa las posibilidades de efectividad en la detección de un fraude.

Las respuestas de quienes negaron el uso de algún mecanismo, se estratifican de la siguiente manera.

14. Si su respuesta es negativa, diga por qué.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
a) El correo es seguro	22	61.1
b) Por falta de tiempo	05	13.8
c) No sabe cómo hacerlo	07	19.4
d) Sólo usa el correo con fuentes habituales	02	5.5
Total	36	100

61.1% de la muestra piensa que el correo electrónico es seguro y que al recibir mensajes de una cuenta conocida, queda garantizada la identidad del titular de esa cuenta. No existe tal garantía. Por otra parte, 19.4% afirma desconocer una manera de verificar la identidad de un remitente de correo electrónico, mientras que un 13.8% expresa que no verifica por “falta de tiempo”; ambas conductas reñidas con el cumplimiento de una responsabilidad primaria del ejercicio periodístico suficientemente establecida aquí. 5.5% restante sólo usa el correo con fuentes habituales, lo cual no garantiza que esa cuenta no pueda ser blanco de ataques de piratas informáticos. Por lo tanto, verificar la información y el remitente, es siempre imperativo.

Las consideraciones abordadas hasta ahora con relación a la verificación de identidad de una fuente pueden aplicarse igualmente al crédito o autoría que detenta en la Red una determinada pieza de información documental. Esto puede verse desde dos ángulos. El primero ya ha sido abordado de alguna manera en el estudio: El periodista que confirma la veracidad de una información está en posibilidad de detectar un plagio de ese tipo.

Desde el año 2002 circula en Internet, de una cuenta de correo a otra, y en más de un sitio Web, un texto atribuido a Gabriel García Márquez en el que se suponía que el escritor se despedía del mundo debido a una penosa enfermedad terminal. Algunos medios en línea han llegado incluso a hacerse eco de la información. Gabriel García Márquez, ha desmentido, públicamente, la autoría del texto.

Otro ejemplo digno de mencionarse es el caso del diario "El Nacional" de Venezuela que publicó una extensa entrevista con el destacado director del periódico "Le Monde Diplomatique", en la cual este despotricaba del presidente venezolano, de quien se pensaba no era sino, aliado. La entrevista era falsa. Un escándalo. El diario se vio obligado a cederle a Ignacio Ramonet un espacio similar para desmentir los contenidos publicados erróneamente.

Pero existe otro ángulo del problema que no se ha abordado: siendo verdadera, legítima, cierta, válida, correcta, explícita, la autoría intelectual de una información, muchas veces, no se acredita.

Un 93,3% otorga el crédito, al menos eso afirman. El restante 6.6% de los entrevistados admite que en un momento dado publica información que no le pertenece intelectualmente, pero no adjudica el crédito. Aparentemente para algunos se trata de algo poco relevante.

Una etapa posterior más extensa de esta investigación plantea la aplicación de un instrumento que permita contrastar lo que expresan los periodistas y lo que efectivamente hacen en lo relacionado con el respeto a los derechos de autor.

1.7% de la muestra (un periodista de 60) llegó al extremo de afirmar que estos aspectos no tienen ni la menor relevancia, mientras que más de la mitad (56.7%) piensa que son asuntos que tienen de poca a mediana relevancia. Un 41.6% lo considera muy relevante.

22. Cuando publica información consultada mediante Internet, ¿con qué frecuencia hace referencia a las fuentes?

Los datos de algunas de estas respuestas son interesantes, por ejemplo, 1.7% de la muestra admite que nunca hace referencia a la fuente informativa. La opción opuesta es SIEMPRE. En ese caso, 46.6% afirma eso, que "siempre" hace referencia a las fuentes.

La valoración de la confiabilidad de estos datos, por más interesantes que sean, reposa en el aire. Una vez más, se evidencia la necesidad de explorar a futuro este ángulo del problema.

Después de las respuestas anteriores, no todos los encuestados quedan en igualdad de condiciones. Para algunos, responder a los siguientes ítems remitirá a una conducta ejecutada o ejecutable; para quien nunca hace referencia a las fuentes que consulta mediante Internet, ésta es una situación hipotética:

20. Cuando en su trabajo periodístico, Ud. cita un material obtenido mediante Internet, ¿qué tipo de cita prefiere o preferiría usar?

La respuesta a la primera parte del ítem 21 (cita textual), se cuenta entre los procedimientos que tienden al respeto de la fuente. 36.6% del grupo coincidió en el argumento. Por su parte, un 13.3% considera este tipo de cita más "segura" porque se apega literalmente a lo expresado por la fuente y más "cómoda", porque no demanda la elaboración propia (reformulación) del periodista.

Como respuesta a la segunda parte (parfraseo), se ofrecieron tres argumentos, los dos primeros, a y b, nada tienen de reprochable. Forman parte de las destrezas que desarrolla un periodista para procesar adecuadamente la información. La opción "e"

(seleccionada por el 8.3% de la muestra), parece apuntar a lo que de manera coloquial se conoce como "Recortaje". Esto consiste en la selección de piezas informativas diversas sobre un mismo tema que se ensamblan y se presentan al público con carácter de unidad. El asunto no es sólo la posibilidad de plagio, o de respeto a la autoría intelectual (derechos de autor). El problema va más allá.

La observación de la normativa deontológica y jurídica, cuando se procesa y publica contenido proveniente de fuentes informativas, está reñida también con la publicación de información tergiversada o descontextualizada, la imprecisión u omisión de datos relevantes, y hasta con el irrespeto al derecho que tiene una fuente de revelar o no, su identidad al público.

24. En el tratamiento de la información obtenida mediante Internet, ¿a cuáles de los siguientes factores le concede usted importancia?

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje (%)
a) Respeto al contexto	25	41.6
b) Precisión en los datos	50	83.3
c) No omisión de información relevante	30	50

*** Incluye asociación de factores**

Las tres alternativas que se le brindaron a los entrevistados se consideran importantes. La respuesta ideal habría sido que todo el grupo escogiera todas las opciones. En lugar de eso se nota una tendencia a restarle importancia al contexto informativo. La atención se centra en la precisión de los datos (83.3% seleccionó esta opción) y en la no omisión de información (50%); cuando sabemos que una modificación en el contexto puede llevar a una interpretación tergiversada o errónea de los hechos que se informan.

De las distintas pruebas por las que puede pasar la dimensión ética de un periodista, una de las más duras, es la que lo lleva a preservar el anonimato de una fuente si ésta lo solicita.

Una fuente periodística anónima, inmortalizada para la historia con el seudónimo de "Garganta Profunda", suministró a dos reporteros del Washington Post., en la década de los 70, información crítica que llevó a la salida de Richard Nixon de la presidencia de los Estados Unidos, y a convertirse en el único presidente en la historia de ese país en renunciar a su cargo.

La fuente pidió no ser revelada. Pidió ni siquiera ser citada textualmente aún de manera anónima. Años después, el escritor William Goldman, guionista de la película que recoge el incidente basado en el libro escrito por los reporteros, relataba cómo estos periodistas se negaron incluso, a dar una simple descripción general de los rasgos físicos del informante. Los periodistas, ganaron el premio Pulitzer. Por 30 años no se supo quien era, hasta que recientemente la propia fuente decidió romper el silencio.

Normalmente en este tipo de casos hay una presión extrema contra los comunicadores. Sobre todo si la información suministrada tiene implicaciones de tipo jurídico y penal; algunas veces, el informante, tanto como el periodista, se pueden ver seriamente perjudicados en ese sentido. Son pocas las oportunidades en las que periodista y fuente están tan comprometidos. El periodista, no siempre responde bien a un compromiso de cargas éticas tan soberbias.

25. Frente a la solicitud expresa de una fuente consultada mediante Internet de permanecer en el anonimato, ¿cuál sería su decisión?

75% del grupo afirma que mantendría el anonimato de la fuente. Nadie optó por revelar la fuente, y un 3.3% afirmó que la revelaría, sólo bajo presión legal. Los que no se comprometieron totalmente, optaron por: cambiarle la identidad a la fuente (13.3%), o no usar la información (8.3%). Con este último grupo, Nixon habría sido feliz.

Si en algún espacio es válido el axioma jurídico que indica que el desconocimiento de la norma no exime de su cumplimiento es, por definición, en el ámbito de lo ético.

La traducción literal del término "Ethos" del que deriva "Ética" sería "hogar interior". El espacio interno donde habitamos, donde somos. De hecho a eso alude la ética; a una dimensión íntima, interior del ser. Alude a una condición propia, individual que se relaciona con la elección entre dos opciones de acción y pensamiento, una de ellas positiva, ideal.

Vista así, en su esencia, la ética parece rechazar por definición el apego a normas de conducta impuestas o sugeridas desde fuera. Y al final así es. Pero allí está la norma.

Se entiende como una irresponsabilidad y un signo de negligencia el desconocimiento de la normativa ética en el ejercicio del periodismo. El incumplimiento de sus directrices, en teoría, se sanciona. Se conozca la formalidad, o no.

Uno de los aspectos resaltantes de las respuestas, tiene que ver con la mención de sólo dos de los instrumentos legales. Y el hecho de que ninguno de los entrevistados estuvo en capacidad de referirse, ni aún de manera parcial, al articulado. Únicamente se mencionan aspectos referenciales de la normativa, y sólo 9 de los 60 encuestados, lograron señalar más de un aspecto de estas leyes.

Destaca la total ausencia de aspectos referidos a la Ley de Derechos de Autor; del plagio, que es un aspecto tratado de manera puntual en los artículos 20 y 21 del Código de Ética; así como de la veracidad de la información, que sólo es mencionada por tres encuestados, a pesar de que constituye piedra angular de la ética periodística, y de que está tratada ampliamente tanto en la Ley como en el Código.

Se mencionan aspectos de la normativa que no van a la esencia de la conducta ética, tales como la obligatoriedad de la colegiatura, mientras que no se registra mención alguna a aspectos relacionados con la adulteración o tergiversación de la información, es decir, referidos a la integridad de los contenidos.

Finalmente, tampoco se mencionan en absoluto aspectos (mucho menos artículos) relacionados con las leyes de Mensajes de Datos y Delitos Informáticos. Instrumentos que deberían reposar en la cabecera de quien use una red telemática como parte de su entorno laboral.

Una conducta profesional ética está por encima de las condiciones y el contexto laboral. Posiblemente por eso, mientras tocamos los diversos aspectos de la ética en el ejercicio periodístico, podemos perder de vista que este estudio se circunscribe a la aplicación de esa conducta deontológica en una condición laboral muy específica: el uso de

una instancia técnica que llamamos Internet para crear un canal entre el comunicador y sus proveedores de información.

31. ¿Qué grado de importancia le confiere Ud. a la aplicación de la normativa deontológica y jurídica en la Red, en comparación con su aplicación en el mundo real?

Los datos muestran una tendencia preocupante. 96.6% de los periodistas a los que se consultó piensa que la aplicación de la normativa deontológica y jurídica en la Red tiene igual o menor importancia que su aplicación en ámbitos tradicionales. Esto sólo confirma de manera explícita, puntual, lo que se ha venido demostrando con los resultados analizados en este estudio.

La Internet como canal es seductora, sencilla, amigable, intuitiva. Sus peligros pasan inadvertidos, por eso no nos percatamos de que usamos una infraestructura intermediaria altamente distorsionante que, repetimos, por su naturaleza y características dificulta establecer la veracidad de los datos y la confiabilidad de la fuente, que da amparo al anonimato, alberga condiciones que amenazan la propiedad intelectual y el respeto a los derechos de autor, constituyendo campo fértil para el plagio, la usurpación y la existencia de falsas identidades. Esas condiciones nos ponen en riesgo de alejarnos de los lineamientos éticos más elementales.

La situación constituye un desafío totalmente nuevo para el periodista y demanda de su parte no solo altos estándares de calidad profesional, sino también una especial atención a uno de los componentes de esa calidad: el comprometido apego a la ética. En este momento se requiere un alto nivel de conciencia sobre la necesidad (crítica, urgente) de extremar, en el nuevo contexto, sus lineamientos. Sobre todo, cuando nos valemos, para llegar al informante, de las posibilidades de la más popular de las redes telemáticas; ese intermediario tecnológico, ese filtro, a veces tan opaco, que llamamos "La Red".

Referencias Bibliográficas

1. ACUÑA ARIAS, Francisco Javier. (1999) “*Clinton, Diana ¿dónde se metieron los periódicos serios?*” **En: Revista Latina de Comunicación Social**. Octubre 1999. Nro 22. En: www.ull.es/publicaciones/latina/36fcoarias.htm
2. ARIAS ODÓN, Fidas G. (1999). **El proyecto de investigación. Guía para su elaboración**. Editorial Episteme, C. A. / Oriol Ediciones. Caracas, Venezuela.
3. ARIAS ODÓN, Fidas G. (2001). **Mitos y errores en la elaboración de tesis y proyectos de investigación**. Editorial Episteme, C. A. Caracas, Venezuela.
4. ARISTOTELES (1985). **Ética Nicomáquea. Ética Eudema**. J. Pallí (trad). Gredos. Madrid, España.
5. ARMAÑANZAS, E., DÍAZ, J. & MESO, K. (1996). **El Periodismo Electrónico: Información y servicios multimedia en la era del ciberespacio**. Editorial Ariel. Barcelona, España.
6. ARRIETA, Cristina, FERNÁNDEZ Alexander & HIDALGO, Maryorie (2002) **El comportamiento ético del periodista que labora en los medios impresos**

zulianos ante el derecho a la intimidad y la vida privada. Tesis de grado para optar al título de Lic. en Comunicación Social. Mención Periodismo Impreso. LUZ. Maracaibo, Venezuela.

7. AZNAR, Hugo (1998) **La autorregulación de la comunicación: entre el Estado y el mercado.** Cuadernos Electronicos de Filosofía del Derecho. Número 1/ Diciembre 1998 Universidad de Valencia. España. *Disponible en:* www.uv.es/CEFD/1/Aznar.html

8. AZNAR, Hugo (1999) **Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios.** Barcelona, Ariel, 1999, 288 pp.

9. BATAILLE, G (1979). **Sobre Nietzsche.** Editorial Taurus. Madrid, España.

10. BOZO, Roberto (2001). **La ética del periodista en el uso de Internet como fuente de información.** Tesis de grado para optar al título de MSc en Ciencias de la Comunicación, Mención Nuevas Tecnologías de la Información. URBE. Maracaibo, Venezuela.

11. CAMPUS V. GUARIGLIA O. Y SALMERON F. (1992). **Concepciones de la ética.** Enciclopedia Iberoamericana de Filosofía. Vol 2. TROTTA. Madrid, España.

12. Casal, Fran (1996). *“Guerra al papel en Estados Unidos”*. En: **El Mundo, Comunicación**, 5 – 4 – 1996.

13. Cebrián, J.L. (1998). **La Red: Cómo cambiarán nuestras vidas los nuevos medios de comunicación.** Editorial Taurus. Madrid, España.

14. CORTINA A., CONILL J. (1997). **Presupuestos éticos del que hacer empresarial.** En CORTINA, A.: **(OJO)**

15. CORTINA A., CONILL J. (1998). **Democracia participativa y sociedad civil. Una ética empresarial.** Fundación Social Siglo del Hombre Editores. Bogotá, Colombia.

16. CORTINA, A., CONILL J. (1996). **Ética de la Empresa.** Editorial TROTTA. Madrid, España.

17. CORTINA, Adela (1998). **Razón Práctica.** En: CORTINA, Adela (1998). **En 10 palabras en ética.** Editorial Verbo Divino. Madrid, España.

18. DE LA MOTA, I. (1988). **Diccionario de la Comunicación.** Edit. Paraninfo. Barcelona. España.

19. DEBATIN, Bernhard (1999) *“Principios de la ética en Internet: Áreas de conflicto y perspectivas de solución”*. Conferencia en el marco del Seminario “Ethica e

Internet”, Instituto Goethe Montevideo, Uruguay 17 y 18 Agosto de 1999 Disponible en: <http://www.uni-leipzig.de/~debatin/uruguay/etica.htm>

20. DESANTES GUANTER (1994) **La información como deber Capítulo 1, "Deontología de la información"**. Buenos Aires.
21. DESANTES GUANTER, J. M., **Información y Derecho**. Pontificia Universidad Católica de Chile, Escuela de Periodismo, Colección Actualidad e Información, Santiago, Chile, 1990, p. 51.
22. DESANTES GUANTER, José María (1994). **Derecho de la información II. Los mensajes informativos**, Colex. Pág. 85).
23. DRAGNIC, Olga. (1992). **Diccionario de Comunicación Social**. Edit. Panapo. Caracas. Venezuela.
24. ECO, Humberto (1982). **Cómo se hace una tesis**. Editorial Gedisa, S. A. Buenos Aires, Argentina.
25. ENCYCLOPEDIA DE PHILOSOPHY LAROUSSE (2000). Ediciones Larousse. Bogotá, Colombia.
26. ESCOBAR, G. (1992). **Ética**. Tercera Edición. Mcgraw Hill. D. F. México.
27. EXENI R., José Luis (2001) “*Apuntes sobre autorregulación del periodismo*”. **Sala de Prensa**. 31 de Abril de 2001. Año 3 Vol. 2. Publicado en www.saladeprensa.org
28. FAUNDES, Juan Jorge (2003) **Rol del Periodista, Acceso a la Información y Reforma Procesal Penal**. FORJA, Santiago de Chile.
29. FERRER, Juliana (2001). **Presencia del componente ético en sectores de la actividad industrial**. Ediciones Astro Data. S. A. Maracaibo, Venezuela.
30. FUENTES, Alma Delia (1999). “*Periodismo de precisión: la vía socioinformática de descubrir noticias*”. **Sala de Prensa**. [en red]. Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art04.htm>
31. GARCÍA PELAYO, Ramón y GROSS (1985). **Pequeño Larousse Ilustrado**. Ediciones Larousse. Buenos Aires, Argentina.
32. GIDDENS, A (1990). **Las consecuencias de la modernidad**. Alianza Editorial, 1993. Madrid, España.

-
33. GÓMEZ VALERO, Carlos (2002) “El secreto y la fuente *Comunicadores intimidados*”. **Revista Etcétera** (México) Diciembre. 2002. En: www.etcetera.com.mx/pag49ne26.asp
34. GÓMEZ-MULLER, Alfredo (1999) **Ethique, coexistence et sens**. Desciée de Brouwer, París.
35. HABERMAS. J. (1985). **Conciencia moral y acción comunicativa**. Editorial Península. Madrid, España.
36. HERNÁNDEZ Roberto, FERNÁNDEZ Carlos y BAPTISTA Pilar. (2001). **Metodología de la Investigación**. McGraw-Hill Interamericana Editores, S. A. de C. V. México, D. F.
37. <http://chasqui.comunica.org/content/blogsection/18/64/>
38. JOYANES A., Luis. (1997). **Cibersociedad. Los retos sociales ante un nuevo mundo digital**. McGraw-Hill Interamericana de España, Madrid.
39. KANT, Manuel. (1963). **Fundamentación de la metafísica de las costumbres**. Editorial Esparsa Calpe. Segunda Edición. Madrid, España.
40. Koldo Meso Ayerdi (2003) “*Nueva profesión: periodista digital*”, **Chasqui 81** - marzo de 2003. Disponible en: <http://chasqui.comunica.org/content/blogsection/18/64/>
41. LE MONDE (2000) « *Habermas, entre democracia y genética* ». Entrevista con Alexandra Laignel-Lavastine. Publicada el 20 de diciembre de 2002. Trad. Ramon Alcoberro.
42. LOPERA, Alfonso (1990). **Ética del Periodismo y la Comunicación**. Editorial Universitaria Antioquia. Bogotá, Colombia.
43. LÓPEZ, G. (1999). “*Estrategias locales en tiempos de globalización*”. En: **Revista Latina de Comunicación. N° 21** [en red]. Disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999dse/40xose.htm>.
44. LÓPEZ, G. (1999). “*La información de proximidad en la sociedad global/Estrategias de comunicación local en la era global o como mantener la identidad en un mundo global*”. En: **Revista Latina de Comunicación. N° 13** [en red] Disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999c/140xose.htm>.
45. Luna Pla, Issa. “*La ética en Internet*”. En: **Chasqui 72**, 2000 Disponible en: <http://www.comunica.org/chasqui/luna72.htm>

-
46. MÁRQUEZ F. Alvaro (2001). *La ética del investigador frente a la producción y difusión del conocimiento científico*. En: **Revista Venezolana de Gerencia**. Año 6 Nro 16. LUZ. Maracaibo, Venezuela.
47. MIQUILENA, Miriam (2001) **Uso de Internet en los medios de difusión masiva de Maracaibo**. Tesis de grado para optar al título de MSc en Ciencias de la Comunicación, Mención Nuevas Tecnologías de la Información. LUZ. Maracaibo, Venezuela.
48. MOGOLLÓN, Hazel (2000). **La generación de capacidad tecnológica en el uso de Internet como fuente de información en el periodismo venezolano**. Tesis de grado para optar al título de MSc en Ciencias de la Comunicación, Mención Nuevas Tecnologías de la Información. URBE. Maracaibo, Venezuela.
49. MOSCO, V. y CARIDAD, A. (1996). “*Convergencia de tecnologías y nuevas estructuras de comunicación*”. **Boletín de la Fundación para el Desarrollo de las Comunicaciones**, No. 172, p.12 – 13.
50. MUÑOZ BATA, Sergio (1999) “*El papel de la prensa en una sociedad democrática*”. **Sala de Prensa**. Julio 1999. Año 2. Vol. 2 En: <http://www.saladeprensa.org>
51. NAVARRO ZAMORA, Lizy (2001) “*Los periódicos on line: sus características, sus periodistas y sus lectores*”. **Sala de Prensa** Nro. 34 Agosto 2001 Año III, Vol. 2 En: <http://www.saladeprensa.org/art253.htm>
52. PASQUALI, Antonio, o. c., **Ética y comunicaciones**. Capítulo IV
53. PÉREZ M.. S.J, Gabriel (1991). “*Hacia una ética de la comunicación*”. **Signo y Pensamiento**. Nro 18. Universidad Javeriana. Colombia.
54. PÉREZ-Latre y SÁDABA Teresa (2002). “*El nuevo paradigma ético en los medios. Información, ficción, persuasión: ¿es la ética una utopía?*”. Actas de las XVI Jornadas Internacionales de la comunicación. Universidad de Navarra. Ediciones Eunat. España. 2002.
55. PILIADO NAVIA, Leonardo David (2002) “*Reflexiones y notas sobre ética periodística. Entre el deber, la obligación, la autorregulación y la libertad de empresa*”. En: **Revista Mexicana de Comunicación**.
56. www.mexicanadecomunicacion.com.mx.
57. PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES. (2002) *Ética en Internet*.
58. PORTILLO, M y FLORES, C (1999). Todo lo global es local en telecomunicaciones? En: **Noticias de Comunicación** [en red]. Disponible en: http://www.comunicación.boschce.es/articulos/nc001_01.htm

-
59. PUENTE V Soledad (1999) *“Qué es ser periodista en la era de Internet”*. **En: Revista Pulso del Periodismo**. Agosto. Centro Internacional de Prensa. Universidad Internacional de La Florida, Miami - 2000 En: www.pulso.org/Espanol/Archivo/soledad.htm
60. RAMONET, Ignacio (2001) *“Comunicación contra información”* **Sala de Prensa**. Abril. 2001. Año 3. Vol.2 www.saladeprensa.org
61. RAMOS SIMÓN, Luis Fernando (2001) *“La propiedad intelectual en un entorno electrónico Mayo”* **Sala de Prensa**. Vol. 2 Año 3. Publicado en www.saladeprensa.org
62. Rey, José Ignacio (2000). *“Posibilidad ética y viabilidad democrática”*. **En: Revista Comunicación**. Centro Gumilla. Nro. 106. Caracas, Venezuela.
63. RIBAS, Cristina (1999). **Las Tecnologías de la Comunicación y la Información como Oportunidad**. Ponencia presentada en las Jornadas de Periodismo Digital [en red]. Disponible en: <http://www.notired.net/avicpd/jornadas>.
64. SABINO, Carlos (1996). **Cómo elaborar una tesis y todo tipo de escritos**. Editorial Panapo. Caracas, Venezuela.
65. SILVA, Carul y TÚA, Maximino (2000). **Ética Periodística y Código Deontológico Profesional: ¿fusión en favor de un mejor periodismo zuliano?**. Tesis de grado para optar al título de Lic. en Comunicación Social. Mención Periodismo Impreso. LUZ. Maracaibo, Venezuela.
66. SORIA, Carlos. **Ética de las Palabras Modestas**. Editorial U.P.B., 1997
67. SUSKIE, L.. (1998). **Questionnaire survey research**. (Ferrer, I traductor). Material de apoyo para el curso de construcción y validación de Instrumentos. Centro de Estudios de la Empresa. Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela.
68. TAMAYO y TAMAYO, Mario (1998). **El proceso de la investigación científica**. Editorial Limusa, Noriega Editores. México, D. F.
69. THIEBAUT, Carlos (1992). *“Neoaristotelismos contemporáneos”*, en Campus Victoria, Gauriglia Osvaldo, y Salmerón Fernando eds. (1992). **Concepciones de la ética**. Enciclopedia Iberoamericana de Filosofía. Vol 2. TROTTA. Madrid, España.
70. TREJO, Raúl (1996). **La Nueva Alfombra Mágica: Usos y Mitos del Internet, la red de redes**. Editorial Diana. D.F., México.
71. URBINA SERJANT, Jesús (2002). *“Periodistas y decisiones morales”*. **Sala de Prensa**. Disponible En: www.saladeprensa.org

72. VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, Francisco (1991). **Ética y Deontología de la Información**. Editorial Paraninfo. Madrid, España.

73. VILLALOBOS G., Fernando, MONTIEL, Maryalejandra, MUÑOZ VÁSQUEZ, Katia y CELEDÓN DÍAZ, Sergio (2006) *“La formación de los periodistas en el siglo XXI”*. **Chasqui**. En: <http://chasqui.comunica.org/>

74. WEBER, M. (1958). The protestant ethic and the spirit of capitalims. (trans Person). C. Scribner’s Son. USA.

75. WECKER, John y ADENEY, Douglas (2001). **Ética Informática y de las Ciencias de la Información**. Editorial Fragua. Madrid, España.