
CAPÍTULO 87

“La ética del periodismo a debate. Nuevos medios y periodismo ciudadano”

Tavares do Couto, Dilnéia Rochana. (Universidad de Brasil)

(Universitat Jaume I de Castellón - España)

tavares@guest.uji.es

Resumen

El surgimiento de los nuevos medios y del fenómeno periodismo ciudadano está provocando una serie de transformaciones en el periodismo que acaban por incitar una crisis ética en la actividad poniendo en duda su legitimidad social.

La presente comunicación aborda este problema centrándose en tres puntos. En primer lugar, investigar las raíces del debate entre el periodismo profesional y el periodismo ciudadano, en segundo lugar identificar los motivos que han generado la actual crisis ética que atraviesa el periodismo, mientras que finalmente se intentará llevar a cabo una propuesta de revisión ética del periodismo de los nuevos tiempos.

Palabras clave: Periodismo profesional; periodismo ciudadano; ética del periodismo.

Abstract

The emergence of new media and of the citizen journalism phenomenon is provoking a series of transformations within the journalism that have developed an ethic crisis inside the activity, which puts into doubt its social legitimacy.

This communication deals with that problem, focusing in three main points. Firstly, it investigates the roots of the debate between the professional journalism and the citizen journalism. Secondly, it identifies the reasons that have generated the nowadays ethic crisis that undergoes journalism. Meanwhile, finally it would try to carry out an ethic revision of journalism in these new times.

Keywords: Professional journalism; citizen journalism; journalism ethics.

0. Introducción

Una nueva era para el periodismo parece estar consolidándose. El modelo de periodismo pasa actualmente por un cambio radical, el periodismo tradicional entra en crisis y, con el toda una forma de entender el quehacer periodístico. Los nuevos medios son los causantes de una transformación que parece estar apenas empezando, pero que ya enseña la necesidad de una revisión interna que tiene su punto de partida en las bases legitimadoras de la actividad periodística.

El periodismo en la red gana nuevas formas de acepción, entra las cuales se destaca el fenómeno actual conocido como periodismo ciudadano, que podría ser definido como: *“aquél que hace posible la participación activa de los actores sociales que intervienen en todo el proceso de la información de interés público.”* Una praxis que se caracteriza por *“formar opinión pública mediante la creación de públicos deliberantes y promover la participación ciudadana.”* (MESO, K. 2005: p. 9).

El surgimiento del periodismo ciudadano promueve un interesante debate – estimulado principalmente por los periodistas profesionales – sobre la legitimidad de la praxis periodística ciudadana. De ahí que, en un primer momento se buscará identificar las raíces del debate entre periodismo profesional y periodismo ciudadano.

1. Periodismo profesional VS. periodismo ciudadano

El debate actual entre el periodismo profesional y el periodismo ciudadano gana matices de los más variados cuando se trata de reforzar el sentido de la actividad periodística. Sin embargo, parece ser que el trasfondo del problema está en el tema de la ética del periodismo. En este sentido, el debate entre periodistas profesionales y periodistas ciudadanos tiene su punto de partida en el compromiso por el cumplimiento de los valores éticos que deben acompañar la praxis del periodismo.

Con la profesionalización del periodismo a partir de inicios del siglo XX, los códigos deontológicos profesionales empiezan a proliferarse. La profesionalización trae consigo una serie de preocupaciones de carácter ético promoviendo así la generalización de los códigos deontológicos, como instrumento autorregulador la actividad profesional periodística (AZNAR, H. 2005: p. 32-40; OCAMPO, M. 2002: p. 263). Al periodismo ciudadano - como fenómeno actual en el ámbito del periodismo – también se le está empezando a exigir el cumplimiento de valores éticos, puesto que son la base en que se apoya la consecución del bien interno de una actividad (MESO, K. 2005: p. 12).

Cuanto al cumplimiento de valores éticos algunos autores entienden la cuestión como una obligación exclusiva del periodista profesional. Esta es la posición que defienden, por ejemplo, REAL, E. AGUDIEZ, P. PRÍNCIPE, S. (2007: p. 196):

[...] la aplicación rigurosa de los criterios [...] (interés general, veracidad, exactitud, honestidad profesional...), y que deben ser obligatorios en toda información que desee ser catalogada como Periodismo, es lo que diferencia a un verdadero profesional de un simple aficionado. Al primero ha de presuponersele, ha de ser inherente al trabajo que lleva a cabo. Al segundo, sólo cabe desearlo. La información que circula por Internet, fuera

de los espacios propiamente periodísticos [...], no está contrastada ni tiene garantizada la veracidad de lo que transmite.

En referencia a la cita se podría afirmar que la obligatoriedad del cumplimiento de valores éticos que dignifican el periodismo es exclusiva de los periodistas profesionales, mientras que para los ciudadanos que practican el periodismo sería algo incierto este cumplimiento y, por lo tanto deseable, pero no obligatorio.

De parte de los periodistas ciudadanos ya se pueden encontrar proyectos que buscan definir valores éticos que estos deban seguir. Ejemplos de ellos son: el proyecto desarrollado el *Knight Citizen News Network* que desde el año 2005 propone cinco principios que deberían regir el periodismo ciudadano, los cuales son: “precisión”, “riguridad”, “equidad”, “transparencia” e “independencia”. Otro interesante ejemplo es el de la plataforma digital OhMyNews^{vi} que a pesar de no presentar un proyecto claro de declaración de principios para el periodismo ciudadano, plantea algunas exigencias éticas a sus colaboradores en el proceso de construcción de la noticia.

En resumen, el tema del compromiso social que asume aquél que practica el periodismo y que se ve reflejado en los valores éticos adoptados en su praxis parece estar generando una segregación entre periodismo profesional y periodismo ciudadano. Mientras gran parte de los periodistas profesionales entienden el cumplimiento de dichos valores como una obligatoriedad exclusiva del periodista profesional, el periodismo ciudadano parece empezar a asumir una especie de racionalidad propia que se posiciona al margen de los parámetros éticos asumidos por el periodismo tradicional.

Sobre la legitimidad de la actividad periodística que se forja con el cumplimiento de los valores éticos originarios del bien interno de la actividad, se encuentra con que muchos periodistas profesionales apoyan sus argumentos en torno a la legitimidad del periodismo en las capacidades técnicas que se le confiere al periodismo profesional (FERNÁNDEZ, M. 2009: p. 73; REAL, E. AGUDIEZ, P. PRÍNCIPE, S. 2007; Meso. K. 2005: p. 12). En este sentido, esta posición toma cuerpo en reivindicaciones que se sostienen en la idea de que *“el periodismo posee unas maneras y cualidades que le procuran un carácter singular y único, que no debe ser asimilado con otras formas informativas y comunicativas ciertamente parecidas pero ni mucho menos idénticas.”* (REAL E. AGUDIEZ, P. PRÍNCIPE, S. 2007: p. 190).

Considerando la cita se puede matizar que existe un planteamiento bastante arraigado en el ámbito del periodismo profesional que relaciona la legitimidad de la actividad periodística con las habilidades técnicas que se le confiere al periodismo profesional. Es decir, las técnicas que son desarrolladas en la recogida, tratamiento y divulgación de información de carácter periodístico - prácticas constitutivas del periodismo profesional - son definidas como el modo de conferir legitimidad a la práctica del periodismo.

En este sentido, a la hora de definir en qué consiste la legitimidad del periodismo parece ser que sus profesionales están dando mayor atención a la forma que al contenido informativo. Sin embargo, se debe recordar que la legitimidad de una actividad que se ve institucionalizada es originaria de una sociedad que se la otorga. La legitimación de una actividad está intrínsecamente relacionada a la consecución de su bien interno, pues este es el ‘contenido’ que la hace posible y es el referente que lleva a la justificación de su existencia en una sociedad (CORTINA, A. 2004: p. 19-20).

Pese a ello, parece evidente que de la profesionalización de la actividad periodística hayan surgido una serie de metodologías técnicas específicas que caracterizan dicha profesión, las cuales son plasmadas en teorías como por ejemplo la *Agenda Setting*^{vi}, el *Gatekeeper*^{vi} o la Hipótesis del *Newsmaking*^{vi}. Las metodologías propias de cualquier profesión son lo que confieren al profesional un conocimiento técnico específico que le habilita a realizar de manera profesional una actividad u otra. Sin embargo la legitimidad de la actividad - como se ha visto - parece estar más bien relacionada a evidencias anteriores a su profesionalización, las cuales tienen que ver con una determinada práctica social que antes de ser un monopolio de una profesión es una actividad social. En este caso, la actividad periodística.

Con esta breve apreciación que se ha hecho hasta el momento, se pudo ver que se encuentran posiciones dispares sobre el tema planteado. Es decir, son muchos los que abogan porque la responsabilidad ética del periodismo es una cuestión exclusiva de los periodistas profesionales, mientras se observa que el movimiento del periodismo ciudadano ya empieza a generar sus propios frutos en su proceso de legitimación social. Ante esta problemática existe una evidente separación entre periodismo profesional y el periodismo ciudadano.

Esta situación parece nacer de un problema que debería intentarse resolver desde la base, que es la crisis ética del periodismo actual. Por esto, para seguir avanzando parece importante que se intente identificar cuáles son los factores que han generado dicha crisis

2. La crisis del periodismo: de la legitimación social

El periodismo viene arrastrando desde hace algunos años una evidente crisis de legitimidad, que parece haberse agravado con el surgimiento de los nuevos medios y del fenómeno periodismo ciudadano. Con el aumento de la diversidad de medios la sociedad busca formas alternativas de informarse, dejando el periodismo tradicional en una situación bastante complicada^{vi}.

Una clara evidencia de las dificultades por las que pasa el periodismo es la apuesta ciudadana de pasar de agentes pasivos a ciudadanos activos en el proceso de producción de la información. Con la expansión del entorno digital el periodista profesional ha perdido el monopolio en la publicación de información y la ciudadanía se ve a cada día con más posibilidades para producir y divulgar información (LLUÍS, M. y Otros. 2008: p. 18). Como afirma ORIHUELA, J. (2002: *Web*) se ha pasado de un modelo de *broadcasting* (transmisión) a un modelo de *point-casting* (difusión entre puntos). Es decir, la comunicación mediática pasa de un modelo masivo de divulgación de información a un modelo en donde lo que prima es la personalización de los contenidos.

La participación es el gran reto que proponen los periodistas ciudadanos al periodismo profesional tradicional, puesto que en la nueva era del periodismo “*los ciudadanos se preocupan por la información, participan de su entorno y socializan su visión sobre los hechos que les rodean, sobre todo la realidad más cercana, gracias a los instrumentos de la información digital.*” El nuevo paradigma instituye que “*de lectores con actitud pasiva pasamos a considerarlos agentes activos que, como pueden, reaccionan ante la información que les llega.*” (DOMÍNGUEZ, S. 2009: p. 165).

Todas las evidencias apuntadas indican una innegable metamorfosis en el periodismo actual, lo que señala la necesidad de un cambio urgente que parece tener su punto de partida en la reflexión crítica sobre el quehacer ético del periodismo. En este nuevo panorama que se consolida es ante todo la legitimidad del periodismo que se ve amenazada, sus valores y principios están en tela de juicio.

El proceso de reconstrucción ética de la actividad periodística pasa por un análisis que debe empezar desde dentro de la propia institución del periodismo. Es decir, se deben indagar cuáles son las premisas defendidas hasta ahora y, por una parte, analizar si ellas pueden - en el mundo actual - ser garantes de la legitimidad del periodismo y, por otra parte, si en verdad en algún momento se han cumplido con rigurosidad.

Con el objetivo de contribuir en este proceso de análisis se abordan dos puntos que parecen cruciales de ser tratados: el primero de ellos es la idea de concebir el periodismo como garante de la democracia y formador de opinión pública y, el segundo es la profesionalización del periodismo y los garantes de su legitimidad.

Sobre el primer punto se toma el análisis en base al proyecto que ganó fuerzas a lo largo del siglo XX de entender el periodismo como el cuarto poder. Un paradigma que lo identificaba “*como garante insustituible de la democracia, como freno a los abusos de los otros tres*” poderes (SALVAT, G. y PANIAGUA, P. 2007: p. 228) y que quizás haya llegado el momento de realizar un proceso de autocrítica por parte principalmente de las empresas informativas. Es decir, analizar si realmente se ha llevado a cabo la consecución de este objetivo a lo largo de los años.

El fortalecimiento del papel de garante de las democracias instituye en el periodismo institucional la responsabilidad de promover la construcción de espacios públicos de debate que proporcionen “*la formación de opinión pública madura y responsable*” (CORTINA, A. 2004: p. 20). Sin embargo, se ha visto que a lo largo de los años el periodismo ha adoptado una función más bien mercantil, lo que ocasionó la masificación de la comunicación, fundando los grandes conglomerados mediáticos y, produciendo un fuerte control en la divulgación de información en escala mundial (RAMONET, I. 1998). En otras palabras, la construcción de un espacio público de debate que promueva el fortalecimiento de las democracias ha sido más bien sustituido por una racionalidad mercantil, masificadora, incapaz de promover la construcción de un debate crítico de calidad en las sociedades.

Por esto, en el panorama actual cabría preguntarse si esta función de fiscalización de los poderes instituidos sigue siendo una tarea exclusiva del periodismo institucional o si con la proliferación de los nuevos medios y las nuevas formas de hacer periodismo, esta ha pasado a ser una tarea también de la ‘nueva esfera pública 2.0’. Desde la cual parece buscarse fortalecer el debate ciudadano y reconstruir una función que el periodismo tradicional ya no cumple del todo, esta es la de promover la formación de opinión pública.

Ya sobre el segundo punto que se ha propuesto analizar que es la profesionalización del periodismo y los garantes de su legitimidad, algunas consideraciones sobre el tema – algunas de ellas ya han sido adelantadas en el primer punto de este trabajo – podrían ayudar en la construcción de un proceso autocrítico ahora más bien de los propios periodistas profesionales. En este sentido, no es difícil encontrar

periodistas que pongan de manifiesto que la práctica periodística es una actividad exclusivamente profesional dado que exige el cumplimiento de unas técnicas específicas (MACIÁ, C. 2007: p. 130; REAL, E. AGUDIEZ, P. PRÍNCIPE, S. 2007: p. 196). Desde la perspectiva que se trabaja en este artículo, este parece más un ‘tecnicismo’ que algunos incorporan como la verdadera razón que lleva a la legitimación de la actividad periodística, lo cual necesita ser desmitificado.

Como ya apuntaba Dan Gillmor en su libro *We the Media* (2005), no parece ser que los periodistas ciudadanos tengan la pretensión de oficiarse como profesionales del periodismo, ni mucho menos menoscabar la importancia de dicha profesión, pero el periodismo ciudadano puede ayudar a sacar el periodismo de la crisis de valores que atraviesa. En esta afirmación parece estar la clave de la respuesta que se pretende forjar en este segundo punto de análisis.

Es decir, no se trata de que se intente fortalecer el periodismo con la defensa de una metodología técnica como garante única de calidad, verdad, veracidad, etc. pero observar que hay un saber que es anterior a la técnica y que es igualmente o más necesario que nunca. Este es el saber ético, que nace de la reflexión crítica sobre la consecución del bien interno del periodismo, los valores que lo hacen posible y que a su vez permiten que se haga legítima la actividad en una sociedad. Todo ello, luego se plasma en las prácticas específicas del periodismo profesional, generando así un saber profesional que va más allá de la simple consecución de una serie de técnicas, pero que es la unión de teoría - práctica que lo consolida como profesión (NAVARRO, E. 2006: p. 127).

Pese a ello, la existencia legítima de un periodismo profesional no minimiza la función que cumplen los periodistas ciudadanos, sino que ella es complementaria y igualmente válida que la práctica profesional del periodismo. Es resumen, a la práctica de divulgación de información no está implícito el saber profesional, sino que este saber forma parte de las diferentes formas de acepción que componen la actividad periodística.

Los dos puntos que se propuso abordar llevarían a un análisis interno profundo de la actividad periodística, lejos de ser los únicos a ser analizados y de abordar todos los aspectos que serían necesarios son meros apuntes que podrían llevar a muchas más cuestiones que están igualmente pendientes de un análisis crítico. Empero, pueden servir de referentes para un ‘examen’ minucioso que parece no poder seguir siendo aplazado.

Finalmente parece importante que intentemos proponer una posible respuesta a la pregunta de fondo que el periodismo actual debe intentar contestar: ¿Cómo se puede intentar superar esta crisis ética del periodismo?

3. Ética y periodismo actual: la ética de la comunicación

‘El periodismo ha cambiado’. Esta es la afirmación más corriente entre periodistas, empresarios de medios e investigadores en comunicación, y en esto parecen estar todos o casi todos de acuerdo. Existe un evidente cambio de paradigma instalado en el periodismo actual, que tiene como estímulo las nuevas formas de hacer periodismo que se aprecian actualmente en Internet.

La transformación que sufre el periodismo surge de una serie de demandas que la ciudadanía presenta a esta esfera social, las cuales poco a poco intentan ser resueltas, pero aún hay mucho trabajo por hacer. Entre los temas que parecen estar pendientes de ser tocados con la necesaria profundidad por los periodistas, los empresarios de medios y la ciudadanía están los valores éticos en que se debe apoyar esta actividad, pues de su cumplimiento depende la legitimidad del periodismo.

En este sentido, se entiende que no basta con que se intente dar mayor protagonismo a los códigos deontológicos profesionales, como una medida que zanjaría el tema de forma rápida y ayudaría - en algunos casos - a reafirmar que el periodismo legítimo es aquél que se hace profesionalmente. Ni mucho menos, que desde el periodismo ciudadano se propongan principios de actuación propios y ajenos a los valores éticos del periodismo tradicional. Puesto que, esto llevaría igualmente a una segregación de la actividad que no parece ser fructífera ni para el periodismo ciudadano ni para el periodismo profesional.

Más bien la solución parece estar en identificar cuáles son los orígenes del cambio, para poder desde sus bases apuntar las transformaciones necesarias y definir aquello que debe seguir manteniéndose. En suma, no se trata de adoptar una posición ni ‘apocalíptica’ ni ‘escéptica’, sino más bien ser capaces de conciliar puntos comunes y asumir responsabilidades conjuntas que podrían ayudar en la tarea de reforzar la legitimidad del periodismo en nuestras sociedades actuales.

Entendiendo que el trasfondo de la problemática está en la crisis ética que arrastra el periodismo, una posible solución podría estar en la aportación que puede hacer las éticas aplicadas^{vi} a la actividad periodística. La cual consiste en entender que no se trata de a priori definir

desde la teoría lo que está bien o mal, lo que es correcto o incorrecto, sino analizar en cada una de las prácticas cómo, de hecho, estos valores constituyen las bases éticas de la confianza depositada en esa actividad. Esta es la función básica de las éticas aplicadas (GARCÍA-MARZÁ, D. 2004a: p. 311).

Considerando la afirmación, se trata de reconocer que sea posible desde las aportaciones que hacen las éticas aplicadas, por un lado, reflexionar acerca de los principios que son entendidos como motores en la consecución del bien interno a la actividad periodística y, por otro, de intentar sacar a la luz los valores éticos que componen este ámbito tanto desde una perspectiva individual como institucional.

Para que esto sea posible especialmente en el ámbito del periodismo es necesario el fortalecimiento de los espacios públicos de debate, es decir las esferas propias de la opinión pública CORTINA, A. (2010: p. 109). Esto conlleva una revisión de la estructura tradicional del periodismo entendiéndolo desde una perspectiva más bien comunicativa intersubjetiva. En este sentido, como apunta WOLTON, D. (2009: *Web*), “*la comunicación es pues el acceso a la información pluralista, la posibilidad de discutir, proponer, participar en la vida pública*”. Un proyecto que parece estar ganando fuerza en la red, a través de espacios como los blogs, las redes sociales o las posibilidades de debate de las que se dispone en los medios digitales (por ejemplo, los periódicos digitales). En donde la ciudadanía pasa a tener un protagonismo importante y, en los que puede participar construyendo un debate público enriquecedor y de carácter crítico.

En perspectiva ético aplicada se trata de identificar un procedimiento común en el que todos los agentes – grupos de interés - que se vean afectados por la actividad puedan participar, aportar sus razones, buscando así responder a las demandas legítimas de todos los afectados por la actividad (GONZÁLEZ, E. 2007: p. 209; GONZÁLEZ, E. 2001; FREEMAN, R. E. 1984). Una propuesta de ética aplicada al periodismo que está anclada en una perspectiva comunicativa intersubjetiva. Es decir, entender la ética del periodismo desde un punto de vista intersubjetivo en el que todos los interlocutores afectados puedan ser considerados como válidos (GARCÍA-MARZÁ, D. 2004b: p. 196).

La ética del periodismo recobra su sentido en la búsqueda de la consecución del bien interno de la actividad. En este sentido, el cumplimiento de la función social es lo que define la actividad como legítima en la sociedad y esta es la de informar (URE, M. y PARSELIS, M. 2009: p. 20; CORTINA, C. 2004: p. 19-20).

Al bien interno le siguen una serie de principios éticos que ‘funcionan’ como motores para su consecución. Dichos principios podrían ser definidos como: “*el principio de autenticidad*” y el “*principio de veracidad*” (GARCÍA-MARZÁ D. 2004: p. 309 -312). Es decir, el principio de autenticidad y el principio de verdad funcionan como brújula que orienta en la consecución del bien interno – sentido - de la actividad y posibilitan que se acuerden valores éticos en que se pueda apoyar el quehacer periodístico.

Asimismo, es necesario avanzar en esta propuesta, asumiendo que el diálogo entre los afectados que pretende el acuerdo de los valores éticos intrínsecos a la ética periodística debería apoyarse en las pretensiones de validez (verdad, veracidad y justicia) del diálogo, aportadas por la Ética del Discurso desde el enfoque de Jürgen Habermas (HABERMAS, J. 1987; 1989). Éstas son tomadas como supuestos indispensables a la hora de entablar diálogos que pretendan el acuerdo recíproco. Cabe destacar que dichas pretensiones funcionan “*de manera contrafáctica en toda la comunicación*” y que su contenido moral “*radica en las relaciones de reconocimiento recíproco que conlleva la posibilidad de resolver estas pretensiones*”. En este sentido, al adoptar esta perspectiva se torna exigible a la actividad comunicativa el “*reconocer al receptor como un interlocutor válido, como una persona que, en principio, cuenta con los mismos derechos y capacidades del emisor*”. Y, con esto, toda propuesta de una ética periodística que se sostiene en una perspectiva comunicativa que remite al “*acuerdo o consenso de base que toda acción comunicativa conlleva, esté este implícito o debemos buscarlo a través de los diálogos a los que remiten a las pretensiones de validez y justicia*” (GARCÍA-MARZÁ, D. 2004a: p. 314).

En otras palabras, los principios éticos de la autenticidad y la verdad de la práctica periodística se sostienen, en esta propuesta, a partir de la revisión de los supuestos de la ética discursiva habermasiana. Esto lleva a la comprensión de que los contenidos que se generen en base a los principios de la verdad y la autenticidad deben ser contruidos y formulados a través de un diálogo que busque efectivamente el acuerdo recíproco entre todos los interesados. En suma, todos deben tener el derecho de participar efectivamente y decidir de qué se está tratando cuando se habla - por ejemplo – de verdad y autenticidad en la actividad periodística. Este derecho de participación está seguido por una serie de deberes que deben ser cumplidos por todos, es decir, todos deben ser responsables por el cumplimiento de los valores éticos que nazcan del acuerdo.

Para ello, cabría considerar que a la actividad periodística – según la propuesta apuntada – subyacen una serie de pretensiones de validez que tornan efectiva la propuesta de una ética del periodismo basada en el supuesto de la comunicación. Dichas pretensiones están ancladas en principios de actuación que pueden ser definidos como: primero, la necesidad de definir relaciones de reconocimiento recíproco entre los implicados en la práctica periodística; segundo, asumir que todos los interlocutores deben ser admitidos como válidos en el diálogo, lo que incluye el concepto de participación como un derecho y un deber de los públicos/usuarios; tercero, reconocer las pretensiones de verdad y justicia habermasiana como el punto de partida para establecer un diálogo en igualdad de condiciones y que pretenda llegar a un acuerdo o consenso.

En definitiva, para superar la crisis ética del periodismo actual parece necesario revisar el modelo teórico desde de donde se aborda la praxis del periodismo. Es decir, reconstruir el periodismo a través de una perspectiva comunicativa, que sea capaz de responder a las demandas legítimas de todos los partícipes –afectados – en la actividad. Un proyecto que se apoya en el planteamiento de una ética aplicada al periodismo fundamentada en la ética discursiva habermasiana. Esta introduce un procedimiento para la resolución de los conflictos de acción que debe ser entendido como un horizonte normativo que servirá como brújula para buscar fortalecer las bases de la ética periodística. Un propósito que tiene sus orígenes en entender el periodismo como una actividad social que en su quehacer diario asume diferentes formas de actuación, pero que todas deben buscar la consecución del sentido que legitima la existencia de la actividad periodística. Y, por lo tanto, responder éticamente a las demandas originarias de su bien interno, la información.

Conclusiones

Considerando la aportación de las éticas aplicadas a la ética del periodismo, a modo de conclusión, se hace un esfuerzo reflexivo de intentará identificar algunos valores éticos nacientes de los principios de “autenticidad” y “verdad” apuntados en el trabajo como los ‘motores’ que llevarán al acuerdo de valores éticos para la actividad periodística.

En este sentido, en lo que se refiere al principio de autenticidad los valores que podrían ser propuestos son: la veracidad, pues la información periodística deberá estar apoyada en una serie de fuentes que serán la base en que se sostendrá la veracidad informativa. Y, también, la objetividad entendida por la importancia del trabajo informativo que realiza tanto el periodismo profesional como el periodismo ciudadano y la importante herramienta de empoderamiento social que tienen en sus manos. La búsqueda de la objetividad apunta hacia la responsabilidad de los agentes por intentar responder a las demandas informativas legítimas de todos los afectados por el mensaje que será publicado.

Ya en lo que se refiere al “principio de verdad” los valores que podrían ser definidos serían: la transparencia, pues de ella deriva un concepto de honestidad con los públicos/usuarios. Y, por último, el equilibrio, entendido como una variación de la imparcialidad que debe ser entendida como, la búsqueda de presentar una información contrastada y que atienda a las demandas del pluralismo social actual.

Bibliografía

AZNAR, H. (2005), *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales: códigos y recomendaciones para los medios*. Barcelona. Paidós.

CARRERA, P. (2008), *Teoría de la comunicación mediática*. Valencia. Tirant lo Blanch.

CORTINA, A. (2004), “Ciudadanía activa en una sociedad mediática”. En: CONILL, J. y GOZÁLVEZ, V. *Ética de los medios. Una apuesta por una ciudadanía audiovisual*. Barcelona. Gedisa, pp. 11-31.

CORTINA, A. (2010). *Justicia Cordial*. Madrid. Trotta.

DOMÍNGUEZ, S. (2009). El periodismo ciudadano y el valor de la participación. En: *Estudios de Periodística XIV*. Comunicaciones y Ponencias del X Congreso de la Sociedad Española de Periodística (SEP). Salamanca. Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, pp. 163-170.

EGM (ESTUDIO GENERAL DE MARCAS). “Resumen general de resultados EGM. Febrero a Noviembre de 2010”. En: *AIMC (Asociación para la investigación de medios de comunicación)*. Disponible en: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>, Última consulta en: 3 de febrero de 2011.

FERNÁNDEZ, M. (2009). De qué sea el “Periodismo Ciudadano”. En: *Estudios de Periodística XIV*. Comunicaciones y Ponencias del X Congreso de la Sociedad Española de Periodística (SEP). Salamanca. Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, pp. 69-75.

FREEMAN, R. E. (1984). *Strategic Management. A Stakeholder Approach*. Pitman. Londres.

GARCÍA-MARZÁ, D. (2004a). “Ética de la comunicación y educación en valores: la responsabilidad de los medios de comunicación”. En: *Separata de Filosofía Práctica y Persona Humana*. Salamanca. Universidad Pontificia de Salamanca, pp. 305-315.

GARCÍA-MARZÁ, D. (2004b), *Ética empresarial: del diálogo a la confianza*. Madrid. Trotta.

GILLMOR, D. (2005). *We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People*. California. O’Reilly Media.

GONZÁLEZ, E. (2001). “La responsabilidad moral de la empresa. Una revisión de la teoría de Stakeholder desde la ética discursiva”. En: *Tesis Doctorals en Xarxa (TDX)*. Disponible en: <http://www.tesisenxarxa.net/>, Última consulta en: 5 de febrero de 2011.

GONZÁLEZ, E. (2007). “La teoría de los stakeholders. Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa.” En: *Veritas. Revista de Filosofía y Teología*. Chile. Pontífice Seminario Mayor San Rafael, vol. II, nº 17, pp. 205-224.

HABERMAS, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid: Taurus.

HABERMAS, J. (1989). *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*. Madrid: Cátedra.

HABERMAS, J. (1997), *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública*. Barcelona. GG Mass Media.

HOLFELDT, A. (1997), “Os estudos sobre a hipótese de agendamento”. En: *Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia*, Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Comunicação Social da PUCRS. nº 7, Porto Alegre. Edipucrs, pp. 42-51. Disponible en:

<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/2983/2265>, Última consulta en: 03 de febrero de 2011.

KNIGHT CITIZEN NEWS NETWORK. “*Principles of citizen journalism*”. Disponible en: <http://www.kcnn.org/principles/>, Última consulta en: 9 de febrero de 2011.

LLUÍS, J. CANAVILHAS, J.; MASIP, P. y RUIZ, C. (2008). “La ética en el ejercicio del periodismo: Credibilidad y autorregulación en la era del periodismo en Internet”. En: *Estudos em Comunicação*, Universidade da Beira Interior, Portugal. Noviembre, nº 4, pp. 15-39. Disponible en:

<http://www.ec.ubi.pt/ec/04/pdf/02-Jose-Lluis-Mico-La-etica-en-el-ejercicio-del-periodismo.pdf>, Última consulta en: 10 de febrero de 2011.

MACIÁ, C. (2007). “No todos somos ya periodistas. Un análisis de la utopía del periodismo ciudadano desde la perspectiva del reportaje interpretativo.” En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Periodismo I, nº 13, pp. 123-144. Disponible en:

<http://europa.sim.ucm.es/compludoc/AA?articuloId=692771&donde=castellano&zfr=0>, Última consulta en: 7 de febrero de 2011.

MESO, K. (2005). Periodismo Ciudadano: voces paralelas a la profesión periodística. *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, Quito (Ecuador). Centro Nacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Jun. nº 90, pp. 4-15. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/160/16009003.pdf>, Última consulta en: 31 de enero de 2011.

NAVARRO, E. (2006). “Ética de La profesión: proyecto personal y compromiso de ciudadanía. En: *Veritas. Revista de Filosofía y Teología*. Chile: Pontificio Seminario Mayor San Rafael de Valparaíso. Vol. I, nº 14, pp. 121-139. Disponible en: http://revistaveritas.cl/articulos_14/E_Martinez.pdf, Última consulta en: 10 de febrero de 2011.

OHMYNEWS. Disponible en: <http://international.ohmynews.com/>, Última consulta en: 9 de febrero de 2011.

OCAMPO, M. (2002), “Códigos deontológicos. Historia, necesidad, realizaciones, y líneas”. En: ÁNGEL, J. y SERRANO, F. J. *Ética de la comunicación y la información*. Barcelona. Ariel, pp. 263-275.

ORIHUELA, J. L. (2002). "Internet: nuevos paradigmas de la comunicación". En: *Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI*, Quito (Ecuador). Centro Nacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, Marzo. n° 77. Disponible en: <http://chasqui.comunica.org/77/orihuela77.htm>, Última consulta en: 09 de febrero de 2011.

RAMONET, I. (1998). *La Tiranía de la Comunicación*. Madrid. Debate.

REAL, E.; AGUDIEZ, P. y PRÍNCIPE, S. "Periodismo ciudadano versus periodismo profesional: ¿somos todos periodistas?" En: *Estudios sobre el mensaje periodístico*, Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Periodismo I, v. 13, pp. 189 – 212. Disponible en:

<http://revistas.ucm.es/inf/11341629/articulos/ESMP0707110189A.PDF>, Última consulta en: 31 de enero de 2011.

SALVAT, G. y PANIAGUA, P. (2007). *¿Es esto periodismo, ciudadano?* En: *Estudios sobre el mensaje periodístico*, Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Periodismo I, v. 17, pp. 227-246. Disponible en:

<http://revistas.ucm.es/inf/11341629/articulos/ESMP0707110227A.PDF>, Última consulta en: 9 de febrero de 2010.

URE, M. y PARSELIS, M. "Una ética autorregulada para el periodismo ciudadano". (2009). En: *Global Media Journal*, México. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, v. 7, n. 13, pp. 19-32. Disponible en:

<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/687/68712863002.pdf>, Última consulta en: 11 de febrero de 2011.

WOLTON. D. "Información y Comunicación, las nuevas condiciones del desarrollo". En: *10° Foro de Biarritz. Documentos de Trabajo*. Quito, Ecuador. Disponible en: http://www.cmeal.org/documents/tecnologiasWolton_ES.pdf, Última consulta en: 7 de febrero de 2011.