

LOS MEDIOS, LAS TIC'S Y LA ÉTICA PERIODÍSTICA EN LA CONVERGENCIA DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Nerio José Abreu Querales¹, Any Riera Ortiz²

Resumen

Desde la incorporación de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) dentro de los distintos medios de producción, se han evidenciado los cambios concernientes en las relaciones laborales y su impacto en la visión de los trabajadores, las expectativas económicas, y las modificaciones en las estructuras organizativas, a los cuales no han escapado los medios de comunicación. En el presente artículo, se abordan aspectos referidos a la adaptación de los periodistas como un asunto de competitividad en el uso de las herramientas tecnológicas, en un entorno dominado por la actualización e inmediatez de las informaciones, sin descuidar la función principal del periodismo en cuanto a veracidad y comprobación de fuentes, de forma que la rapidez no le gane a la exactitud. Por otro lado, en el artículo también queda abierto el planteamiento sobre el redimensionamiento del proceso comunicativo usuario-periodista mediado por las TIC's, así como las implicaciones éticas del comunicador para con el ciudadano.

Palabras claves

Tecnología de la Información y Comunicación, medios de comunicación, ética periodística, sociedad de la información.

Abstract

Since the incorporation of Information and Communication Technologies (ICT) to the different production enterprises, it has shown changes concerning to the working relationship and its impact in the worker's view, the economic expectations and changes in the organizative structures, which mass medias haven't escaped. In this article, aspects will be approached recounted to adaptation of journalists as a matter of competitiveness with the technologies tool's use, in the middle of an changeable environment, dominated by update and immediacy of informations, without neglecting the principal function of journalism as for veracity and checking source, so that the rapidity doesn't win to the accuracy. On the other hands, in this article it remains opened the exposition about re-dimension of communicative users-journalist through ICT, as well as the communicator's ethical implications with citizen.

Keywords

Information and Communication Technologies, mass medias, journalism ethics, information society.

1. A modo de introducción

Actualmente los medios de comunicación en el mundo experimentan grandes avances en materia de tecnología de la información y comunicación, pero los medios venezolanos no escapan de esta realidad, ya que la aparición de los medios digitales viene a profundizar el estudio de una sociedad “cada vez más cercana a la comprensión del procesamiento, almacenaje y venta de la información como actividades claves para la economía” (Pineda, 1997: 73).

Lo descrito anteriormente no se pensó siempre así, ya que gran parte de la sociedad, que desconocía lo que significaban las nuevas tecnologías, consideraban que éstas terminarían con sus vidas, pues temían a quedar sin empleos.

Sin embargo, independientemente de cómo se comportara la sociedad con la aparición de las nuevas tecnologías en el ámbito informativo y comunicacional, lo importante es tener claro que el impacto que causan estas herramientas tecnológicas, es como todo proceso que implica la desaparición de un sistema de producción debilitado y su sustitución por otro que asegure el crecimiento de forma eficiente.

2. El alcance de la sociedad de la información en los medios de comunicación

Los cambios tecnológicos que afectaron y seguirán incidiendo en todos los aspectos de la vida humana, según Bencomo (2004: 6) no es más que “la sociedad de la información como lo han llamada muchos autores y entre ellos sociólogos”, la cual se puede definir como “aquella comunidad que utiliza extensivamente y de forma optimizada las oportunidades que ofrecen las tecnologías de la información y las comunicaciones como medio para el desarrollo personal y profesional de sus ciudadanos miembros.”

Se puede decir que las tecnologías de la información ya forman parte de nuestras vidas en todos sus aspectos tanto económico, social, político, cultural, laboral, así como en la comunicación e información. Por ello Marqués (2000, citado por Bencomo, 2004: 6) refiere que las TIC “son incuestionables y están ahí, forman parte de la cultura tecnológica que nos rodea y con la que debemos convivir”.

Es conveniente para el desarrollo de esta reflexión definir también las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) que según el portal de la Sociedad de la Información de España (s/f) la define como “las tecnologías que se necesitan para la gestión y transformación de la información, y muy en particular el uso de ordenadores y programas que permiten crear, modificar, almacenar, proteger y recuperar esa información”.

Castells (1996, citado por Bencomo, 2004: 7), refiere que “en la década de 1970, se constituyó un nuevo paradigma tecnológico organizado en torno a la tecnología de la información sobre todo en los Estados Unidos, el que materializó un modo nuevo de producir, comunicar, gestionar y vivir, e incluye a las TIC’s como propiciadoras de cambios sociales”. Es decir estas innovaciones también influyen en el espacio laboral, puesto que admite los cambios en todos los asuntos que realizaba un trabajador y que según Bencomo (2004: 7) se determina “por la autonomía del trabajador en la toma de decisiones y en la relación con otros trabajadores funcionando en la red”.

Para conseguir la participación de la gente en los progresos tecnológicos se requiere de acciones globales que incluyan a todos los sectores y organizaciones educativas con la finalidad de ir formando, desde muy joven, a la sociedad y ésta se prepare de todo el potencial tecnológico que se encuentra en las diferentes áreas del conocimiento donde se desenvuelva, lo que va a permitir así responder a las demandas y las transformaciones de la sociedad de la información.

De acuerdo con Bencomo (2004), en la reunión que se efectuó sobre las tecnologías de la información en las industrias de los medios de comunicación y del espectáculo en el marco de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), en el año 2000 se discutió sobre las repercusiones en el empleo, las condiciones de trabajo y relaciones laborales, en el cual se destaca que:

“el exceso de información parece haberse convertido en un riesgo profesional para los periodistas a tiempo completo y el correo electrónico - e-mail - es el principal culpable de ello. Las TIC permiten a los periodistas trabajar más rápido, existe una mayor expectativa para aumentar la producción. Los periodistas que trabajan por libre *-freelance-*, en general, son los que han utilizado y explotado las TIC durante más tiempo y con

mejores resultados. A pesar que el crecimiento de Internet y la proliferación de herramientas de información y comunicación eliminan muchos puestos de trabajo tradicionales en los medios y cambia la estructura de los restantes, especialmente en los diarios, hay una creciente demanda de trabajadores que puedan aportar conocimientos redaccionales y creatividad para un mayor número de formatos técnicos. Los periodistas no están siendo sustituidos por ordenadores. Uno de los principales retos para los trabajadores de la imprenta es el de adaptarse a nuevos equipos y métodos distintos de trabajo” (Bencomo, 2004: 8).

Con respecto a estos planteamientos, la Organización Internacional del Trabajo (OIT), en su programa de actividades sectoriales afirma que al examinar las estadísticas sobre la evolución del empleo en los últimos años, resulta imposible separar los factores de orden tecnológico de otros de distinta índole; además, los datos disponibles sólo permiten trazar un panorama muy general de un conjunto sumamente heterogéneo de empresas y de personas (Almiron, 2006), puesto que los avances tecnológicos han tenido un crecimiento enorme de la oferta de empleo para algunas categorías de trabajadores, especialmente de quienes crean contenidos en las industrias de los medios, lo que se atribuye “a las actividades profesionales relacionadas con las tecnologías de la información y la comunicación (TIC)” (Bencomo, 2004: 10).

Si comparamos la demanda de trabajadores especializados en el uso de las tecnologías con los que la desconocen se puede observar como, por ejemplo, los medios impresos venezolanos solicitan personal con conocimiento en el manejo de la tecnología con el propósito de “elevar su productividad o mejorar las corrientes de información” (Organización Internacional del Trabajo, s/f).

Ya para el 2004, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) presentó un informe donde analiza el futuro del trabajo y de la calidad en la sociedad de la información, específicamente en el sector de los medios de comunicación, la cultura y las industrias gráficas, ahí se hace énfasis sobre la necesidad de la incorporación de las tecnologías, ya que tiende a crear empleos en algunos puestos más que a eliminarlos.

Sin embargo, el informe refiere que el auge de los nuevos medios y del uso de las tecnologías provocan una “creciente preocupación por la calidad en las condiciones de empleo y en la producción de los medios de comunicación” (Organización Internacional del Trabajo, 2004:

s/p), por lo que se propone desafíos como la educación y preparación de los profesionales para entrar a laborar en los medios de comunicación, ya que ellos “estarán sometidos cada vez más a presiones para producir información actualizada en menor tiempo” (Bencomo, 2004: 9).

Con respecto a los países en desarrollo, el mismo informe señala que la OIT argumentó que “deberían poner en práctica políticas y proyectos que permitan a trabajadores y empleadores, y en particular a mujeres y a jóvenes, beneficiarse del potencial de las TIC”, lo que sería posible con la capacitación de los trabajadores en el sector de los medios de comunicación para “optimizar la productividad, adaptabilidad y empleabilidad” (Organización Internacional del Trabajo, 2004: s/p).

Sin embargo, continúa el informe, “en los últimos años ha habido progresos importantes en los países en desarrollo, por ejemplo a través del aumento en la producción de contenido para la Internet, el desarrollo de canales de cable y satélite en el mundo árabe, o de la radio y otros medios en África” (Organización Internacional del Trabajo, 2004: s/p).

El informe de la OIT deja claro que seguirá la demanda, en algunos cargos, de periodistas en los medios de comunicación como “aquellos dedicados a proveer contenido creativo, la revolución multimedia que promete un enorme aumento de oportunidades de trabajo, en especial a medida que aumenten los canales de distribución” (Organización Internacional del Trabajo, 2004: s/p).

Por su parte, la segunda fase de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI), que se efectuó en Túnez 2005, puso en marcha el plan de acción de Ginebra 2003 con el fin de buscar soluciones, acuerdos y así el seguimiento de las alianzas estipuladas para conseguir una

sociedad de la información para todos, es decir, que sea más inclusiva y equilibrada con un plan de acción y una declaración de principios que formulen propuestas operativas y medidas concretas para que todos los actores se beneficien más equitativamente de las oportunidades que concede la Sociedad de la Información en el futuro (Esteinou, 2003: s/p).

A pesar de todos los cambios que presenta, gracias a los avances tecnológicos, es difícil establecer en forma general cuál es el impacto que ha generado las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la sociedad, debido a que

“las respuestas sociales frente al desarrollo tecnológico resultan difíciles de determinar apriorísticamente; ellas dependen de factores sociológicos y culturales complejos y tienen que ver con la acogida que los bienes tecnológicos puedan tener o no en un momento específico en una sociedad en concreto (Pineda, 1997: 74).

Pero sin duda, uno de los aportes de las TIC se manifiestan en los diferentes medios de comunicación, como por ejemplo, en la radio y televisión a través de los avances en programas computarizados para la edición de imágenes y sonidos, así como la producción y transmisión de mensajes a grandes masas tanto en Venezuela como en el mundo (transmisión satelital y por microondas). Sin contar con los adelantos tecnológicos de consolas, micrófonos inalámbricos, entre otros (Jiménez, S/F).

Se puede decir que la incorporación de las nuevas tecnologías en la empresa periodística, en este caso, la computadora implicó “la transformación de las estructuras ocupacionales y el despido de un porcentaje variable de trabajadores a cambio de mayor productividad, rapidez, calidad y abaratamiento del costo de la mano de obra, creando nuevos puestos de trabajo que demandan mayor calificación en uso de tecnologías” (Bencomo, 2004: 5).

Sin embargo estas transformaciones no fueron tarea fácil para la industria periodística, Smith (1983, citado por Bencomo, 2004), señala que la penetración de la fotocomposición “dio origen a grandes luchas sindicales”.

3. El impacto de las TIC's en los medios de comunicación

Numerosos han sido los espacios de discusión en torno al rol del periodista en la Internet. Para muchos, el periodismo convencional como se conoce en su praxis, hoy día, está dejando de existir, ya que cualquier persona se atribuye un desempeño profesional del periodismo cuando hace uso de este recurso tecnológico para realizar artículos o subir información a la Web,

obviando muchas veces la formalidad y los recursos con los que cuenta un comunicador social. Además, se ha dicho de la pérdida de las tan llamadas fuentes oficiales, lo cual indica que ya no importa la noticia que sería publicada y leída en los periódicos del día siguiente, puesto que la importancia de la instantaneidad ha cobrado fuerza o tal como lo llaman las grandes cadenas: CBS, CNN, BBC, entre otras, es decir, dar la noticia primero antes que la difunda otro medio, esto podría traer como consecuencia una dificultad para la comprobación de la veracidad o autenticidad de la información.

Ahora se suele ver al periodista y al productor de noticias dotados de ciertas cualidades tecnológicas, como una computadora con la que pueda conectarse a una red de área local o al Internet vía teléfono celular para enviar a su editor la noticia haciendo un *copy and paste* al sitio Web del medio.

Para el periodista tradicional el uso de las TIC's se ha convertido en una barrera tecnológica o más bien un dolor de cabeza, este problema se ha originado por el miedo que representa para la vieja guardia de profesionales de la comunicación el uso y adiestramiento de esta nueva tecnología, que sólo es accesible para los periodistas noveles. Es la razón porque actualmente se ve en los medios de comunicación a gran parte del personal joven que maneja estas herramientas, y son precisamente ellos los que ocupan puestos de importancia en el medio de comunicación, esto suele llevar a la problemática del uso que le dan a la fuente y al tratamiento de la noticia.

Según Camus (2002) el ejercicio del periodista, con respecto al uso de Internet, ha cambiado y es muy diferente al profesional de la comunicación de los demás medios, es interesante proponer que el periodista de Internet debe trabajar en forma distinta. Para ello, se presenta un modelo de cuatro capas que propone Camus (2002: 3):

- **Información**, que se refiere a la generación de contenidos en medios múltiples (texto, gráfica, audio, video, animación, etc.) para su sitio Web;
- **Hipertexto**, que tiene que ver con la propuesta de los enlaces internos o externos que se entregan junto a los contenidos de información del sitio;

- **Interacción**, que se enfoca en la capacidad de realizar diversas acciones más allá de la lectura de las informaciones o la navegación propuesta dentro del sitio, incluyendo las capacidades de retroalimentación usuario-periodista;
- **Acción**, que se refiere a que el usuario pueda generar contenidos con herramientas provistas por el propio sitio.

Asimismo Martínez (2005: s/p) expresa que

para el periodista en el nuevo entorno tecnológico es ya un lugar común en los distintos ámbitos académicos y profesionales. ¿Seguirá siendo necesaria la figura del periodista en el ciberespacio? Pero ¿qué periodista? ¿Podemos referirnos al Periodista con mayúsculas o tendremos que hablar de muchos perfiles diferentes de periodistas? ¿El periodista seguirá siendo un informador e intérprete de la realidad o pasará a ser otra “cosa”?

Dando respuesta a estas interrogantes no se sabe si el papel del periodista dejará de existir por el uso de las tecnologías, pero se considera una hipótesis que carece de sentido, ya que es la misma que se ha planteado alrededor de los años cada vez que surge una nueva forma de hacer las cosas, más que desaparecer, se considera que el periodista y el periodismo deben de adaptarse y apropiarse de la tecnología para el desempeño de sus funciones, siempre que no se descuide la función principal del periodismo de informar con veracidad los hechos y comprobar que las fuentes suministradas sean las correctas y no informar por informar más rápido que otro medio.

4. Contexto venezolano

Con respecto a la digitalización de los diarios impresos, éstos no cuentan con mucho tiempo en Venezuela, como ocurre en casi todo el desarrollo tecnológico que se establece, primero, en los países desarrollados donde normalmente tienen lugar, para luego ir trasladándose paulatinamente al resto de los países en vía de desarrollo (Frascaroli, 2002).

Es importante resaltar que Venezuela con los años avanza en la incorporación de las tecnologías, puesto que según el Índice Mundial de la Sociedad de la Información nuestro país ocupó la posición número 44 en agosto de 2000 y pasó a la posición número 37 en julio de 2001 (Genatios y Lafuente, 2002).

En cuanto a la actividad laboral del periodismo venezolano, Bencomo (2004) plantea que el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (SNTP) manifiesta, en el 2001, la necesidad de crear estrategias que permitan defender los derechos de los profesionales del periodismo que laboran en las empresas ante que

“los cambios tecnológicos puedan desmembrar las grandes redacciones o las conviertan en plataformas comunicacionales para varios medios de comunicación a la vez. El periodista de hoy escribe en un procesador de palabras y utiliza correo electrónico, él mismo hace de operador de la transmisión, por una parte, el estresante ruido de las máquinas de escribir ya no existe, y eso fue una ganancia en lo que se refiere a condiciones y medio ambiente de trabajo, pero como contraparte, la nueva tecnología, en este caso, los visores perjudican la visión de quienes permanecen largas horas frente a las pantallas de sus computadores” (p. 12).

Si muchos de los medios de comunicación social europeos crecieron, en los últimos años, en avance tecnológico, nuestro país también alcanzó progresos, esto lo confirma, 2002, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), que presentó el informe sobre Desarrollo Humano en Venezuela: Las TIC al servicio del desarrollo, “en ese documento se ratificó la existencia de nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC), en el ámbito laboral de la comunicación social” (Bencomo, 2004: 12). Sin embargo, con estos resultados no se deja de reconocer que todavía falta mucho por lograr para que nuestro país alcance niveles de desarrollo óptimos en materia tecnológica.

Por tanto, con las conclusiones de este informe se presenta la necesidad de incrementar la preparación de los periodistas del país para “adaptarlos a los nuevos cambios, y al transitar en la esfera de las nuevas tecnologías comunicacionales necesarias para el desempeño de su labor, teniendo como imperativo una mayor preparación y calificación profesional” (Bencomo, 2004: 12).

Para el 2008, los diferentes medios de comunicación que operan en Venezuela, en su mayoría, están en la red y se estima que existen 80 periódicos en línea, 115 revistas, 31 emisoras, 19 canales de televisión nacional y regional, por lo que se permite inferir que en los últimos años ha crecido la presencia de los medios digitales en la web, pero se debe seguir insistiendo en la necesidad de diseñar estrategias de formación en el uso de las herramientas que brinda la

tecnología, por ejemplo, en el ejercicio del periodismo para no quedar rezagados ante las nuevas formas de trabajo que se imponen por el desarrollo acelerado de las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

Pero, ¿qué pasó en las empresas periodísticas venezolanas con la incorporación de las nuevas tecnologías? por ejemplo en el diario El Nacional, los periodistas ante la introducción de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, en sus funciones de trabajo, adoptaron una posición optimista al no oponerse a la tecnología, siempre y cuando la empresa estuviese al tanto de lo que representaban éstas para los periodistas, y además de la obligación de la empresa de informar y discutir con ellos cualquier cambio que afectara las condiciones de trabajo.

Si bien es cierto, que desde el punto de vista laboral influyó el cambio de tecnología en los medios de comunicación, las empresas también asumieron procesos técnicos y organizacionales para modernizarse y aprovechar las nuevas tecnologías. Para lograrlo, debe existir voluntad de sus dueños o la directiva, así como una estrategias de trabajo para afrontar los retos por venir, porque ello no sólo implica instruir el recurso humano de la empresa, sino

“un cambio radical de mentalidad, y de cultura corporativa, que no siempre se está dispuesto a realizar... y la existencia de una infraestructura organizativa y funcional, que permita asimilar estos nuevos conocimientos y emplearlos para hacer más dinámicos y productivos estos organismos, y así poder estar en capacidad de brindar los servicios que merecen sus miembros, y el público en general” (Capriles, 1997: s/p).

Al respecto, se coincide con la postura de Capriles (1997: s/p) de educar al personal en materia tecnológica “con buen criterio, entrenado para su trabajo y con conocimiento de la organización, bien pagado, motivado a mejorar continuamente y con nuevos retos en su labor diaria”.

5. Los valores de siempre en otros soportes

5.1. Más voces, más necesidad de verificación

El soporte digital ha permitido la proliferación de numerosos espacios contentivos de información, que en algunos casos puede ser valiosa para los periodistas en el desarrollo de trabajos especiales y en la búsqueda de datos noticiosos. Sin embargo, así como en el periodismo tradicional se exige la comprobación de los datos por parte de las fuentes vivas, documentales o electrónicas, el periodismo digital ostenta una necesidad mayor de verificación de estos datos procedente del ciberespacio.

En este sentido, Kovach y Rosenstiel (2003, citado por Almirón, 2006) sentencia que aunque se generen versiones ilimitadas de los hechos (producto del pensar y la percepción de los usuarios ante un hecho), “la convergencia digital conduce al aumento todavía mayor de la confusión” (p.6). Esta es una de las razones por las cuales resulta irracional pensar que la labor de los profesionales de la comunicación desaparecerá, para que este trabajo quede en manos de internautas comunes y corrientes que reemplazan los espacios informativos por los opinativos (Almirón, 2006).

Ahora bien, con la llegada de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, el factor tiempo ha tomado mayor importancia en la labor de búsqueda, procesamiento y publicación de las informaciones, pues, lo que es noticia en la mañana tal vez no lo sea en la tarde debido a la evolución o aparición de nuevos elementos en los hechos.

La rapidez casi siempre lucha con la exactitud. Los datos exigen comprobación y la comprobación, tiempo. Incluso en la prensa escrita, que trabaja con plazos más amplios, se deslizan continuamente errores de todo tipo. Es lógico que a más velocidad se produzcan más errores, y que la información en Internet esté plagada de inexactitudes. Pero ya no se trata sólo de un problema de exactitud, sino del efecto instantáneo de esos errores. Falta todavía un buen análisis del alcance en Internet de los mecanismos de rectificación. Y no caben muchas dudas sobre la facilidad con que los errores rebotan de un lado a otro de la Red sin que puedan ser perseguidos y alcanzados por esas eventuales correcciones (Gallego, 2004).

Ante estas situaciones, la verificación se vuelve fundamental, pues una información incorrecta genera incertidumbre, inestabilidad, conflictos sociales y el desprestigio del medio de comunicación ante la opinión pública.

Por otra parte, la fugacidad de las noticias impactantes contribuyen con lo que pudiera llamarse la deshumanización del periodismo, donde “la adopción de posturas reduccionistas, dando a conocer los hechos para olvidarlos después, supondría la búsqueda momentánea para la que los medios audiovisuales ofrecen una mayor cobertura” (Larrondo, 2006: 9).

Es decir, que pareciera que se aprovechara lo noticioso de las situaciones extremas, catástrofes locales, nacionales o mundiales para ocupar grandes espacios en los medios informativos mientras dure el desastre y la conmoción, para posteriormente hacerle seguimiento hasta que otro suceso ocupe su lugar.

5.2. La autorregulación y heterorregulación periodística

Regular el periodismo es un riesgo; no regularlo, un peligro. Temerosos del riesgo, legisladores y periodistas optan por el peligro. Y deciden abstenerse. El resultado es la ausencia, o incumplimiento, de normas. Así, el periodismo se sujeta únicamente a sus principios. La mejor ley, la más atractiva, es la que no existe. La apuesta "segura" —se afirma, se convence— es la autorregulación” (Exeni, 2001).

En este sentido, el autor establece que la única crítica que soporta la prensa, la que no puede transformarse en sanción ni control (sobre todo desde los poderes del Estado) es la que se hace a sí misma.

Resulta evidente, que la preocupación por la regulación como la búsqueda de responsabilidad o intento de control y la autorregulación como ejercicio autocrítico o justificativo para que nada cambie en el ejercicio periodístico, parte del supuesto común que los medios producen efectos positivos o negativos en el público.

En este sentido, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación plantean la redimensión del proceso comunicativo, generado por la interactividad como característica del soporte digital, “enfocada en la capacidad de realizar diversas acciones más allá de la lectura

de las informaciones o la navegación propuesta dentro del sitio, incluyendo las capacidades de retroalimentación usuario-periodista” (Camus, 2004: 3).

Este escenario es propicio para la consolidación de los mecanismos heterorregulatorios donde el público puede legitimar o no el comportamiento de los medios (Herrera, 2006). Esta participación por parte del usuario pudiera tener dos vertientes: la primera, orientada a la mejora de la labor periodística como servicio público de interés para todos (Aznar, 1995 citado por Herrera, 2006), y la segunda, se refiere al clientelismo de la información, donde la participación de los usuarios es considerada por el medio como un elemento mercadotécnico que apunta al desarrollo de productos o posturas editoriales que pudieran afectar o beneficiar algún sector en particular.

“la base cotidiana de la ética periodística en general y de la (auto) regulación en particular, se enlazan directamente con una premisa indiscutible: el periodismo –como oficio, como pasión– no puede existir sino en función de la sociedad, de su demanda a estar correctamente informada, a participar en el debate público, a ejercer sus derechos y deberes comunicativos” (Exeni, 2001).

Cambian los soportes, pero la práctica periodística es la misma, enmarcada en los mismos valores éticos del periodismo tradicional.

Bibliografía

Almirón, N. (2006). Los valores del periodismo en la convergencia digital: civic journalism y quinto poder, en Revista Latina de Comunicación Social 61, II época, de enero-diciembre de 2006, La Laguna (Tenerife), en la siguiente dirección telemática (URL): <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200609Almiron.pdf>

Bencomo, T. (2004). Las innovaciones tecnológicas y su repercusión en el trabajo de los comunicadores sociales. Revista Visión Gerencial Año 3 - N° 2 - Vol. 3. (En línea) Disponible en: <http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/25071/2/articulo1.pdf>

Camus, J. (2002). El rol del periodista en Internet. (En línea) Disponible en: http://www.usando.info/docs/ensayo_pedal.pdf

Camus, J. (2004). El rol del periodista en internet. Revisado el 22/4/2007 (En línea) Disponible en: http://www.usando.info/docs/ensayo_pedal.pdf

Capriles, G. (1997). El empresariado venezolano y las nuevas tecnologías. (En línea) Disponible en: <http://analitica.com/archivo/vam1997.10/sxxi01.htm>

Cely, A. (2003). Medios de comunicación digitales, ¿un cambio de modelo de la transmisión a la participación? Sala de Prensa: web para profesionales de la comunicación Iberoamericana. Número 59, (En línea) Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art481.htm>

Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información Ginebra 2003 – Túnez 2005. Compromiso de Túnez. (En línea) Disponible en: <http://www.itu.int/wsis/docs2/tunis/off/7-es.html>

Educaweb.com (2001). Universidad y sociedad de la información. Suplemento del boletín de educaweb. (En línea) Disponible en: <http://www.educaweb.com/esp/servicios/monografico/unisociedad/opinion00.asp>

Esteinou, J. (2003). Hacia una Nueva Sociedad de la Comunicación y de la Información. Revista Electrónica en América Latina especializada en Comunicación (En línea) Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n31/jesteinou.html>

Exeni, J. (2001). Apuntes sobre autorregulación del periodismo. Sala de Prensa N° 30, Año III, volumen 2. (En línea) Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/>

Frascaroli, M. (2002). La Sociedad de la Información y el futuro de los diarios en Internet: hacia el establecimiento de las características como medio, en Revista Latina de Comunicación Social, número 48, en marzo 2002, La Laguna (Tenerife), en la siguiente dirección telemática (URL): <http://www.cibersociedad.net/x/extern.php?xtn=http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina48marzo/4809frascaroli.htm>

Gallego, S. (2004). La información instantánea. Foreign Policy, edición española. (En línea). Disponible en http://www.fp-es.org/oct_nov_2004/story_5_17.asp

García, H. (2000). El nuevo periodismo de Internet. (En línea) Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art168.htm>

Genatios, C. y Lafuente M. (2002). Tecnologías de información y comunicación en Venezuela: diagnóstico del crecimiento reciente del sector. (En línea) Disponible en: http://www.analitica.com/bitblio/carlos_genatios/tic.asp

Jiménez, N (S/F). Los medios de comunicación frente a la revolución de la información. (En línea) Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos14/medios-comunicacion/medios-comunicacion.shtml>

Larrondo, A. (2006). Del impacto mediático al olvido: la pérdida de interés noticioso como indicador de la deshumanización de los medios, en Revista Latina de Comunicación Social 61, II época, de enero-diciembre de 2006, La Laguna (Tenerife), en la siguiente dirección telemática (URL): <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200612Larrondo.pdf>

Martínez, L. (2005). El Periodista en Transformación en el Ciberespacio: la Reivindicación del Periodista como Periodificador en la Red. (En línea) Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n42/lmartinez.html>

Organización Internacional del Trabajo (S/F). Programa de Actividades Sectoriales. Las tecnologías de la información en las industrias de los medios de comunicación y del espectáculo: sus repercusiones en el empleo, las condiciones de trabajo y las relaciones laborales. (En línea) Disponible en: <http://www.redcom.org/Periodismo%20y%20teletabajo%20-%20OIT.pdf>

Organización Internacional del Trabajo (2004). Oficina Internacional del trabajo Ginebra: el futuro del trabajo y de la calidad en medios de comunicación, cultura e industrias gráficas. (En línea) Disponible en: <http://www.ilo.org/public/spanish/dialogue/sector/techmeet/tmmcgs04/tmmcgs-r.pdf>

Pineda, M. (1997). Sociedad de la información, nuevas tecnologías y medios masivos. Maracaibo: Ediluz.

Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo en Venezuela (2002). (En línea) Disponible en: http://www.pnud.org.ve/desarrollo_2.html

Telefónica de España (S/F). Sociedad de la información. (En línea) Disponible en: http://www.telefonica.es/sociedaddelainformacion/html/faq_home.shtml#3

¹ Magíster en Ciencias de la Comunicación, profesor de Metodología de la Investigación y ayudante académico de la Universidad del Zulia, Venezuela. Miembro de InveCom. Correo electrónico: abreuquerales@gmail.com

² Magíster en Ciencias de la Comunicación. Universidad del Zulia, Venezuela. Correo electrónico: anyrieraortiz@gmail.com