

DOI: 10.26820/recimundo/7.(1).enero.2023.407-414

URL: <https://recimundo.com/index.php/es/article/view/1965>

EDITORIAL: Saberes del Conocimiento

REVISTA: RECIMUNDO

ISSN: 2588-073X

TIPO DE INVESTIGACIÓN: Artículo de revisión

CÓDIGO UNESCO: 6308 Comunicaciones Sociales

PAGINAS: 407-414



Convergencias de la ética periodística en el ejercicio profesional del comunicador

Convergences of journalistic ethics in the professional practice of the communicator

Convergências da ética jornalística na prática profissional do comunicador

Vilma Maribel García González¹; Diana Carolina Vasquez Niama²; Dario Israel Sánchez Cevallos³

RECIBIDO: 10/01/2023 **ACEPTADO:** 26/02/2023 **PUBLICADO:** 04/04/2023

1. Máster Universitario en Comunicación e Identidad Corporativa; Licenciada en Comunicación Social; Auxiliar Administrativo con Manejo de TIC; Docente e Investigadora de la Carrera de Comunicación de la Universidad Estatal Península de Santa Elena; La Libertad, Ecuador; vgarciag@upse.edu.ec;  <https://orcid.org/0000-0001-5038-862X>
2. Máster en Comunicación; Licenciada en Comunicación Social; Periodista Profesional con Experiencia en Medios Televisivos; Docente Investigadora de la Universidad Estatal de Bolívar; Bolívar, Ecuador; diana.vasquez@ueb.edu.ec;  <https://orcid.org/0000-0001-8854-2290>
3. Máster en Comunicación y Marketing Político; Licenciado en Comunicación; Coordinador del Departamento de Comunicación de la Empresa Curimining; Consultor de Imagen y Marketing Político; Creador de Contenido; Dirección de Estratégica en Marketing Digital; Empresa Curimining; Las Naves, Ecuador; isanchez@curimining.com;  <https://orcid.org/0009-0004-4502-2614>

CORRESPONDENCIA

Vilma Maribel García González

vgarciag@upse.edu.ec

La Libertad, Ecuador

RESUMEN

El periodismo es la actividad que tiene como fin informar a la sociedad sobre contextos actuales de diversos tipos; se materializa en diferentes piezas informativas como lo son noticias, crónicas, reportajes, entrevistas e infografías, presentadas en diferentes medios análogos o digitales. Es decir, el periodismo es una actividad profesional que se ocupa de informar de manera habitual y veraz sobre diversos acontecimientos de actualidad que interesan a gran número de personas que se enteran a través de diferentes medios como los análogos, el Internet o las redes sociales, que están sufriendo cambios debido a la convergencia digital. La metodología utilizada para el presente trabajo de investigación, se enmarca dentro de una revisión bibliográfica de tipo documental. La técnica para la recolección de datos está constituida por materiales electrónicos, estos últimos como Google Académico, entre otros, apoyándose para ello en el uso de descriptores certificados y avalados por el tesoro de la UNESCO. La información aquí obtenida será revisada para su posterior análisis. La ética periodística siempre ha estado en el ojo del huracán, y no desde ahora, desde hace décadas los medios de comunicación siempre se han paralizado a una tendencia política en particular y de por sí ya eso deja en dudas la ética del medio y de sus periodistas. Antes los medios de comunicación eran la televisión, la radio y la prensa escrita, estas hoy en día, permanecen pero se han tenido que reinventar gracias a la llegada del internet y las redes sociales, en este contexto la ética se pone mucho más a prueba, ya que la masificación del uso de internet y la llegada de los teléfonos inteligentes, tablets, portátiles, entre otros, ha traído como consecuencia la colocación de información de cualquier tipo y sin fuentes confiables de confirmación que pueden hacer daño a la sociedad, en la búsqueda de la obtención a como sea lugar de más y más seguidores en las redes sociales que auguren buenos ingresos económicos. La convergencia de la ética periodística no se debe perder, con la llegada de nuevas tecnologías que faciliten el trabajo periodístico, debe permanecer íntegra y si no mejorar, ya que, así como el internet y las redes pueden hacer daño, es tan amplia que permite la comprobación de cualquier información generada en ella, lo que puede ayudar a ejercer una mejor manera de hacer periodismo.

Palabras clave: Ética, Internet, Periodismo, Convergencia, Digital.

ABSTRACT

Journalism is the activity whose purpose is to inform society about current contexts of various types; It materializes in different informative pieces such as news, chronicles, reports, interviews and infographics, presented in different analog or digital media. In other words, journalism is a professional activity that deals with regularly and truthfully reporting on various current events that interest a large number of people who find out through different media such as analogues, the Internet or social networks, that are undergoing changes due to digital convergence. The methodology used for this research work is framed within a documentary bibliographic review. The technique for data collection is made up of electronic materials, the latter such as Google Scholar, among others, relying on the use of certified descriptors and endorsed by the UNESCO thesaurus. The information obtained here will be reviewed for further analysis. Journalistic ethics has always been in the eye of the hurricane, and not since now, for decades the media have always been partial to a particular political tendency and that in itself already leaves the ethics of the medium and its members in doubt. Journalists. Before, the media were television, radio and the written press, these remain today but have had to be reinvented thanks to the arrival of the internet and social networks, in this context ethics is put to the test much more, since the mass use of the Internet and the arrival of smartphones, tablets, laptops, among others, has resulted in the placement of information of any kind and without reliable sources of confirmation that can harm society, in the search for obtaining at any rate a place of more and more followers on social networks that augur good economic income. The convergence of journalistic ethics must not be lost, with the advent of new technologies that facilitate journalistic work, it must remain integral and if not improve, since, just as the Internet and networks can do harm, it is so broad that it allows checking any information generated in it, which can help to exercise a better way of doing journalism.

Keywords: Ethics, Internet, Journalism, Convergence, Digital.

RESUMO

El periodismo es la actividad que tiene como fin informar a la sociedad sobre contextos actuales de diversos tipos; se materializa en diferentes piezas informativas como lo son noticias, crónicas, reportajes, entrevistas e infografías, presentadas en diferentes medios análogos o digitales. Es decir, el periodismo es una actividad profesional que se ocupa de informar de manera habitual y veraz sobre diversos acontecimientos de actualidad que interesan a gran número de personas que se enteran a través de diferentes medios como los análogos, el Internet o las redes sociales, que están sufriendo cambios debido a la convergencia digital. La metodología utilizada para el presente trabajo de investigación, se enmarca dentro de una revisión bibliográfica de tipo documental. La técnica para la recolección de datos está constituida por materiales electrónicos, estos últimos como Google Académico, entre otros, apoyándose para ello en el uso de descriptores certificados y avalados por el tesoro de la UNESCO. La información aquí obtenida será revisada para su posterior análisis. La ética periodística siempre ha estado en el ojo del huracán, y no desde ahora, desde hace décadas los medios de comunicación siempre se han paralizado a una tendencia política en particular y de por sí ya eso deja en dudas la ética del medio y de sus periodistas. Antes los medios de comunicación eran la televisión, la radio y la prensa escrita, estas hoy en día, permanecen pero se han tenido que reinventar gracias a la llegada del internet y las redes sociales, en este contexto la ética se pone mucho más a prueba, ya que la masificación del uso de internet y la llegada de los teléfonos inteligentes, tablets, portátiles, entre otros, ha traído como consecuencia la colocación de información de cualquier tipo y sin fuentes confiables de confirmación que pueden hacer daño a la sociedad, en la búsqueda de la obtención a como sea lugar de más y más seguidores en las redes sociales que auguren buenos ingresos económicos. La convergencia de la ética periodística no se debe perder, con la llegada de nuevas tecnologías que faciliten el trabajo periodístico, debe permanecer íntegra y si no mejorar, ya que, así como el internet y las redes pueden hacer daño, es tan amplia que permite la comprobación de cualquier información generada en ella, lo que puede ayudar a ejercer una mejor manera de hacer periodismo.

Palavras-chave: Ética, Internet, Periodismo, Convergencia, Digital.

Introducción

Las nuevas tecnologías han obligado a los medios de comunicación a reinventarse para responder a los retos que está exigiendo las industrias culturales. La época en la que los periodistas solo trabajaban para un solo medio son prehistóricas. El nuevo ecosistema digital los ha llevado a pensar en multipantallas, páginas web, dispositivos móviles y redes sociales, lo cual corresponde al replanteamiento, cambios y configuración de los medios tradicionales en la creación de nuevos lenguajes y narrativas, de contenidos, géneros periodísticos y audiencias, las cuales se deben adaptar a las características de interactividad y productividad de cada canal multimedial. Esta nueva industria engloba a los medios convencionales y a los nacientes, además de Internet y los servicios de la Sociedad de la Información. (Zambrano Ayala et al., 2019)

El periodismo es la actividad que tiene como fin informar a la sociedad sobre contextos actuales de diversos tipos; se materializa en diferentes piezas informativas como lo son noticias, crónicas, reportajes, entrevistas e infografías, presentadas en diferentes medios análogos o digitales. Es decir, el periodismo es una actividad profesional que se ocupa de informar de manera habitual y veraz sobre diversos acontecimientos de actualidad que interesan a gran número de personas que se enteran a través de diferentes medios como los análogos, el Internet o las redes sociales, que están sufriendo cambios debido a la convergencia digital. (Zambrano-Ayala, 2020)

Los periodistas, considerados como la columna vertebral de cualquier medio de comunicación, fueron los primeros en ser llamados para asumir el novísimo y no menos indefinido perfil profesional que exigieron en su momento las corporaciones mediáticas ante el súbito desafío tecnológico: reporteros que, además de escribir para un periódico, tenían que hacerlo también para una página web, tomar fotografías, realizar videos,

hacer entrevistas en vivo ante una cámara y, por supuesto, conocer algunas otras aplicaciones digitales que les permitan difundir contenidos originales y de calidad en diversas plataformas. El periodista “todoterreno” era indispensable y parecía no tener salida. A partir de entonces, las discusiones sobre el futuro del periodismo fueron creciendo. El modelo de negocio; la forma de consolidar la llamada “convergencia”, que pronto se estableció como palabra clave en el vocabulario de los periodistas y empresarios de medios; y, finalmente, la clase de contenidos para proponer a la audiencia y lectoría. A pesar de todo, no faltó el debate acerca del perfil del periodista que se requería en esta nueva etapa marcada por el uso sistemático del espacio virtual y las herramientas digitales. (Santillán Arruz, 2019)

Es un futuro que en el presente enfrenta varios desafíos en sus dinámicas y rutinas de trabajo y que también se plantea nuevos ¿Qué?, por su potencial de crecimiento y constante evolución tecnológica. En este contexto, ¿hablamos de un nuevo periodista? o ¿hablamos de la reafirmación de un perfil profesional siempre vigente? Quizás, la era digital ha visibilizado a un profesional dispuesto a adaptarse a los cambios constantes que impone la tecnología, a apropiarse de nuevos recursos y herramientas para el desempeño de su oficio, pero -hoy más que nunca- a un profesional comprometido con los principios fundacionales y nunca caducos del periodismo: la ética, la verdad como misión y como brújula, la responsabilidad con las audiencias y los contenidos, además del apego a la rigurosidad y la precisión, la contextualización y contrastación de la información, entre otros. (Escobar & Jaramillo, 2021)

Metodología

La metodología utilizada para el presente trabajo de investigación, se enmarca dentro de una revisión bibliográfica de tipo documental, ya que nos vamos a ocupar de temas planteados a nivel teórico como es Convergencias de la ética periodística en el ejerci-

cio profesional del comunicador. La técnica para la recolección de datos está constituida por materiales electrónicos, estos últimos como Google Académico, entre otros, apoyándose para ello en el uso de descriptores certificados y avalados por el tesoro de la UNESCO. La información aquí obtenida será revisada para su posterior análisis.

Resultados

Capacidades de un comunicador

- a. Interpretar el entorno y tener la capacidad de formular ejes estratégicos que marquen el rumbo de acciones y planes eficaces para el beneficio y desarrollo de la organización.
- b. Ser hábil a la hora de identificar factores de integración que influyan en la organización y mejoren el clima organizacional.
- c. Estar en capacidad de gestionar las experiencias y las percepciones de las personas involucradas en la organización para mejorar la actitud y disposición de éstas.
- d. Ser, pensar y actuar como líder.
- e. Promover cambios.
- f. Contar con la habilidad de desarrollar la imagen pública y una buena reputación de la organización en situaciones desfavorables o de cambio. (Chávez Murga, 2022)

Competencias del comunicador social

- a. Actuar de manera ética, transparente, honesta y comprometida con su sociedad.
- b. Dominar la expresión oral y escrita.
- c. Ser empático y escuchar.
- d. Conocer su contexto y realidad social, cultural, económica, política, tecnológica.
- e. Ser reflexivo, crítico e investigativo, plantearse interrogantes. Ser creativo e innovador a la hora de diseñar la comunicación.

- f. Trabajar en equipo y promover la cooperación entre las personas, las instituciones y las diferentes áreas de conocimiento.
- g. Reconocer y analizar los diferentes escenarios y formas de interacción.
- h. Liderar procesos, cambios y transformaciones positivas en los contextos donde ejerce su labor.
- i. Conocer y aplicar las diferentes formas, herramientas y medios para apoyar los procesos de comunicación.
- j. Estar en capacidad de analizar y prever situaciones de cambio y emergentes.
- k. Ser partícipe de su contexto y realidad como actor social y cultural.
- l. Generar soluciones y explicaciones a problemas inherentes a la comunicación.
- m. Ser mediador en la construcción de relaciones entre diferentes actores y ámbitos.
- n. Posibilitar espacios de intercambio, diálogo y participación.
- o. Desarrollar una visión global y sistémica de la organización, de la sociedad y de sus diferentes fenómenos.
- p. Investigar, analizar y planificar todas las políticas, planes y acciones de comunicación desde una perspectiva estratégica.
- q. Promover una cultura dentro de la organización acorde con valores, creencias y significados compartidos por sus integrantes.
- r. Posibilitar la inserción de la organización en su entorno de manera armónica, responsable y sostenible.
- s. Posibilitar la integración y construcción de identidad. (Chávez Murga, 2022)

Modificaciones y riesgos a los que se enfrenta el periodismo en Internet

- a. Exceso de información.
- b. Capacidad para esconder la identidad.
- c. Capacidad para modificar documentos digitales.
- d. Plagio y copy paste.
- e. Facilidad para propagar rumores.
- f. Confiabilidad de las fuentes. Periodistas y no periodistas informan.
- g. No es claro el modelo económico de las publicaciones online.
- h. La capacidad para hacer daño es enorme.
- i. La transparencia es la nueva objetividad.

Lo anterior tiene lugar en un marco en el que la credibilidad de los medios es un valor a la baja, acentuado por las noticias falsas (fake news). La crítica, la desconfianza hacia medios y periodistas ha venido en aumento en diversas partes del mundo. En un estudio reciente realizado por la Unesco (2017, como se citó por Guanipa, 2019), se destacaba que la mengua de la confianza pública en los medios de comunicación, sumada a un incremento de la crítica “altamente hostil” también por parte de líderes políticos, traía consigo el riesgo de alentar intolerancia hacia los mensajes, además de socavar la credibilidad de todo el periodismo

El periodista también parece haber perdido su lugar como emisor confiable de información. Pero cómo si no, cuando encontramos noticias falsas; fragmentación informativa; censura y autocensura; opinión y propaganda disfrazadas de información periodística; disolución de las fronteras entre los mensajes informativos y los mensajes publicitarios que aumentan el saldo negativo de la pérdida de credibilidad en los medios y periodistas. (Guanipa, 2019)

El sano ejercicio de la duda: verificación y contraste

La exactitud, el amor por el dato y el contraste de versiones, fuentes e información

no son solo rutinas a las que obliga el ejercicio profesional. Esta actitud resulta obligante en tiempos como los que corren, marcados por las noticias falsas o fake news, los rumores, tan comunes y presentes en las redes sociales y el mundo 2.0 en el que vivimos. La confirmación, el contraste y la verificación son tareas inherentes al desempeño profesional, so pena de incurrir en fallos y errores que abonan en la pérdida de credibilidad y ruptura del simbólico pacto o contrato de confianza con el público.

El marco deontológico contempla precisamente la atención que medios y periodistas deben prestar a los derechos de rectificación y de réplica, relacionados con la oportuna corrección de errores o tergiversaciones, así como la oportunidad de aclaratoria de las personas aludidas en alguna información.

Otro problema reñido con la ética profesional tiene que ver con el fraude en el manejo en la información y la falta de transparencia en los métodos de investigación y de trabajo de los periodistas, que tanto ha favorecido la aparición de noticias inventadas y la copia o el plagio de textos e imágenes sin la debida atribución. (Guanipa, 2019)

Convergencia

Jenkins (2008, como se citó por Loyola et al., 2017) entiende la convergencia no solo como la integración de tecnologías y redes o como estrategia económica sino también como integración de lenguajes y narrativas que dan origen a otras gramáticas, y como nuevas formas de interacción social. Al respecto, dice: Con “convergencia” me refiero al flujo de contenidos a través de múltiples plataformas mediáticas. La cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento. “Convergencia” es una palabra que logra describir los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales en función de quiénes hablen y de aquello a lo que crean estar refiriéndose.

Convergencia periodística

Scolari (2008, como se citó por Zambrano-Ayala, 2020) afirma que esta convergencia incide en múltiples esferas del quehacer periodístico: en las estrategias empresariales, en los cambios tecnológicos, en la elaboración y distribución de contenidos a través de distintas plataformas, en las formas de acceso a los contenidos y en el perfil profesional de los periodistas. Es el inicio del llamado periodismo digital y de la revolución en marcha alrededor de la red de redes y de la reestructuración del sector de la comunicación y de las empresas mediáticas.

El periodismo digital es la especialidad que utiliza la convergencia para la elaboración y difusión de contenidos periodísticos, mientras que Quinn (2012, como se citó por Zambrano-Ayala, 2020) lo define como el que rompe con la comunicación lineal y unidireccional e implica una serie de cambios fundamentales respecto a las rutinas del periodismo tradicional. Por tales razones, los programas de Comunicación y Periodismo están replanteando sus contenidos curriculares para responder a las exigencias del mundo mediático, lo que los ha llevado a desarrollar nuevas competencias digitales para la formación de los futuros profesionales. Es el inicio del llamado periodismo digital y de la revolución en marcha alrededor de la red de redes y de la reestructuración del sector de la comunicación y de las empresas mediáticas.

La percepción de los factores que influyen en el ejercicio ético del periodismo

a. Aspectos económicos empresariales: hay cierto consenso en la importancia de la viabilidad económica del medio para garantizar la posibilidad de desarrollo de un periodismo ético. Su grado de consolidación como modelo de negocio en un entorno convergente es considerado muy o bastante influyente por un 64,4 por ciento de los periodistas italianos consultados, por un 61,5 por ciento de los belgas y, en menor medida,

por los españoles (54,7 por ciento). En sentido contrario, es también mayoritaria, aunque menos de lo que podría esperarse, la convicción de que la precariedad laboral de los periodistas supone un claro obstáculo para la reivindicación del ejercicio de la profesión desde criterios deontológicos; así opinan un 61,5 por ciento de los belgas, porcentaje que desciende al 56,1 por ciento en el caso de los españoles y al 54,2 por ciento en el de los italianos.

b. Influencias del medio digital: Por lo que se refiere a la influencia de los factores relacionados con la práctica profesional, especialmente en un entorno digital, el aspecto más destacado son las consecuencias que para el ejercicio ético del periodismo se derivan de la rapidez y casi instantaneidad de las comunicaciones electrónicas y de la información on line. En algunos casos esas consecuencias se valoran positivamente, como ocurre con la posibilidad de actualización constante de la información. Un 65,4 por ciento de los profesionales belgas consultados y un 64,6 por ciento de los italianos consideran este factor muy influyente, porcentaje que en el caso de los españoles se reduce al 49,6 por ciento. Al mismo tiempo, y a pesar de esas potencialidades que ofrecen los mass media y también los social media, los encuestados coinciden en percibir la influencia de una realidad que en cierto modo las desdice o matiza: el hecho de que esa inmediatez de la información on line, y ante la presión de perder una primicia o quedarse atrás ante otros medios, esté dificultando en la práctica la verificación y el seguimiento de las informaciones on line. Los belgas, como hemos visto, más reticentes que sus compañeros españoles y, sobre todo, italianos a la hora de valorar las ventajas de las comunicaciones electrónicas, son también los más críticos: un 61,6 por ciento considera muy o bastante in-

fluyente este factor, frente a un 58,3 por ciento de los italianos y, a distancia, un 52,5 por ciento de los españoles.

- c. Ética y buenas prácticas:** Belgas e italianos se muestran igualmente más críticos que los españoles a la hora de valorar el efecto negativo que para las buenas prácticas periodísticas se deriva de la presión por captar, no ya lectores sino seguidores (la presión del clic). Esa respuesta inmediata del lector es clave para el cómputo de usuarios –con su correspondiente consecuencia no solo en la facturación publicitaria, sino también en las propias oportunidades profesionales de los informadores u opinadores– y genera una dinámica de primar lo llamativo para el lector (la “espectacularización” informativa) en detrimento del rigor (como ya indicábamos al hablar de la verificación de las fuentes) y de aquello que no suponga captar la atención del lector desde el principio y de modo instantáneo. La práctica del periodismo ético se vincula no solo a estos aspectos –que podríamos denominar mecanicistas o fruto de los cambios tecnológicos– sino también, e incluso en algunos casos en mayor medida, a las actitudes personales y a los conocimientos de los propios periodistas. (Suárez Villegas, 2017)

Conclusión

La ética periodística siempre ha estado en el ojo del huracán, y no desde ahora, desde hace décadas los medios de comunicación siempre se han parcializado a una tendencia política en particular y de por sí ya eso deja en dudas la ética del medio y de sus periodistas. Antes los medios de comunicación eran la televisión, la radio y la prensa escrita, estas hoy en día, permanecen pero se han tenido que reinventar gracias a la llegada del internet y las redes sociales, en este contexto la ética se pone mucho más a prueba, ya que la masificación del uso de internet y la llegada de los teléfonos inteli-

gentes, tablets, portátiles, entre otros, ha traído como consecuencia la colocación de información de cualquier tipo y sin fuentes confiables de confirmación que pueden hacer daño a la sociedad, en la búsqueda de la obtención a como sea lugar de más y más seguidores en las redes sociales que auguren buenos ingresos económicos. La convergencia de la ética periodística no se debe perder, con la llegada de nuevas tecnologías que faciliten el trabajo periodístico, debe permanecer integra y si no mejorar, ya que, así como el internet y las redes pueden hacer daño, es tan amplia que permite la comprobación de cualquier información generada en ella, lo que puede ayudar a ejercer una mejor manera de hacer periodismo.

Bibliografía

- Chávez Murga, J. L. (2022). Perfil profesional del comunicador en la sociedad actual: tareas y funciones. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinaria*, 6(3), 3470–3482. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i3.2478
- Escobar, P., & Jaramillo, A. (2021). El perfil ideal del periodista según los medios. *GIGAPP Estudios Working Papers*, 8, 247–262.
- Guanipa, M. O. R. A. I. M. A. (2019). Periodismo en clave digital: nuevas preguntas, una antigua respuesta. *Comunicación*.
- Loyola, M. I., Viada, M. M., & Massa, J. M. (2017). El periodismo en el escenario de la convergencia: interrogantes y desafíos. *Temas y Problemas de Comunicación*, 17.
- Santillán Arruz, J. (2019). El perfil del periodista en la era digital: Una aproximación académica para comprender sus desafíos y oportunidades. *Cultura*, 33, 87–118. <https://doi.org/10.24265/cultura.2019.v33.06>
- Suárez Villegas, J. C. (2017). Ética y nuevas tecnologías en el periodismo. *Telos. Revista de Pensamiento Sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad*.
- Zambrano-Ayala, W.-R. (2020). Convergencia mediática: nuevos retos y escenarios del comunicador social y periodista. In *CONVERGENCIA MEDIÁTICA NUEVOS RETOS Y ESCENARIOS DEL COMUNICADOR SOCIAL Y PERIODISTA*. Universidad Sergio Arboleda. <https://doi.org/10.22518/book/9789585158047>

Zambrano Ayala, W. R., García Ramírez, D., & Barrios Rubio, A. (2019). El periodista frente a los nuevos retos y escenarios de la convergencia mediática colombiana. *Estudios Sobre El Mensaje Periódico*, 25(1), 587–607. <https://doi.org/10.5209/ESMP.63747>

CITAR ESTE ARTICULO:

García González, V. M., Vasquez Niama, D. C., & Sánchez Cevallos, D. I. (2023). Convergencias de la ética periodística en el ejercicio profesional del comunicador. *RECIMUNDO*, 7(1), 407-414. [https://doi.org/10.26820/recimundo/7.\(1\).enero.2023.407-414](https://doi.org/10.26820/recimundo/7.(1).enero.2023.407-414)



CREATIVE COMMONS RECONOCIMIENTO-NOCOMERCIAL-COMPARTIRIGUAL 4.0.