

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

**CARRERA:
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Trabajo de titulación previo en la obtención del título de: LICENCIADA EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

**CÓDIGO DEONTOLÓGICO PARA EL MANEJO DE REDES SOCIALES Y
PLATAFORMAS WEB DE LA REVISTA UTOPIA**

**AUTOR:
NATHALIE ALEJANDRA RODRÍGUEZ EGAS**

**TUTOR:
EDMUNDO ARMANDO GRIJALVA BRITO**

Quito, enero del 2017

Cesión de derechos de autor

Yo Nathalie Alejandra Rodríguez Egas, con documento de identificación N° 1718087032, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autora del trabajo de grado/titulación intitulado: Código deontológico para el manejo de redes sociales y plataformas web de la revista Utopía, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciada en Comunicación Social, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



Nombre: Nathalie Alejandra Rodríguez Egas

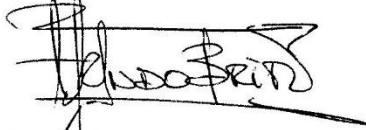
Cédula: 1718087032

Fecha: 17/12/2016

Declaratoria de coautoría del docente tutor/a

Yo declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el producto editorial titulado "Código deontológico para el manejo de redes sociales y plataformas web de la Revista UTOPIA" realizado por Nathalie Alejandra Rodríguez Egas, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerados como trabajo final de titulación.

Quito, 12 de Diciembre de 2016



Edmundo Armando Grijalva Brito
Cédula de identidad: 1706660477

Dedicatoria

A mis padres Héctor, Marianita y a mi hermana Ariana, gracias a su apoyo he culminado el presente producto, fruto de un proceso continuo de esfuerzo que sin su aliento no hubiera sido posible.

Agradecimiento

Un agradecimiento especial y lleno de afecto a Armando Grijalva Brito por su paciencia, guía y enseñanza inspiradora. Por ser un maestro que activa los imanes de la curiosidad, conocimiento y sabiduría en sus pupilos.

Índice

Introducción.....	1
Línea de investigación	1
Problema de investigación	1
Objetivo General	2
Objetivo Específicos	2
Pregunta de investigación	2
Normativa interna para el manejo ético de redes sociales y plataformas web .	3
Metodología	4
Resultados	8
Salvaguardar el prestigio Institucional.	8
Labor cualificada de los colaboradores de la revista.	9
Promoción de un periodismo de soluciones en situaciones críticas.	10
Evaluación, impacto e interactividad.	12
Conclusiones	14
Referencias.....	16

Resumen

El Código deontológico para el manejo ético de redes sociales y plataformas web del medio impreso “Utopía” establece deberes y principios del ejercicio periodístico, además proporciona criterios de procedimientos que salvaguardan el prestigio institucional de la revista y de la Universidad Politécnica Salesiana (UPS).

Este producto editorial es una normativa interna basada en principios deontológicos, fruto de un trabajo de documentación e investigación sobre el manejo ético de redes sociales y plataformas web, aplicado a la revista Utopía de la UPS.

Redactores y participantes en la composición, producción y difusión de contenidos en redes sociales o plataformas web de la revista Utopía encontrarán parámetros que procuren un tratamiento ético y profesional para generar contenidos de calidad.

Se puede utilizar este código fundamentado en compromisos y compendios éticos, propios de la deontología, al momento de escribir, difundir o producir o descargar contenido en las plataformas web y redes sociales de la revista Utopía.

Palabras Clave: Código, deontología, web, contenidos, procedimientos éticos.

Abstract

The Deontological Code for the ethical management of social networks and web platforms of the printed medium Utopia establishes duties and principles of the journalistic exercise, in addition it provides criteria of procedures that safeguard the institutional prestige of the magazine and of the UPS.

This editorial product is an internal normative based on deontological principles, is a paper of documentation and research on the management of social networks and web platforms, applied to the magazine Utopía de la UPS.

Editors and participants in the composition, production and dissemination of content on social networks or web platforms of Utopia magazine will find parameters that seek an ethical and professional treatment to generate quality content.

You can apply this code based on ethical commitments and summaries when writing, disseminating or downloading content on Utopia magazine's web platforms.

Keywords: Code, deontology, web, contents, ethical procedures.

Introducción

Línea de investigación

Comunicación, lenguajes y estructuración de contenidos.

Problema de investigación

No existe una normativa referencial, ni un manual de estilo que facilite el uso de redes y plataformas web para la revista Utopía. Los miembros del grupo ASU Utopía no poseen un código ético y normativo que los prepare para eventualidades dispuestas en estas plataformas digitales, al momento de: subir, descargar, difundir, distribuir y generar tráfico de contenidos, entre otras circunstancias. La revista Utopía como un medio de comunicación tradicional, aún no ha resuelto con eficiencia las formas de adaptación a los usos de la tecnología en la era digital.

La Deontología es definida como: “la ciencia de los deberes aplicada a un campo específico, basada en un ética de principios generales” (Ure, 2010, p. 136). En este sentido un código deontológico constituye el conjunto de preceptos, reglas o normas de carácter moral. Los cuales aseguran una práctica honesta y una conducta honorable a todos y cada uno de los miembros de la profesión. Sin embargo, los principios éticos necesitan cierta adaptación que dependen del grupo específico al que va dirigido, sus intereses y necesidades a más de los avances científicos-tecnológicos y aplicaciones prácticas.

Mediante los códigos deontológicos para redes sociales y plataformas web de la revista Utopía se propician procesos de análisis y asimilación de técnicas que se adaptan a narrativas emergentes de la tecnología, es una búsqueda orientada a ratificar la confianza y promover la libertad profesional cualificada, donde la

información sea objeto de análisis, con criterio en base a una deontología que va de la comunicación a la ética.

Objetivo general y específicos

Objetivo General:

Elaborar un código ético que establezca los deberes y principios del ejercicio periodístico al momento de utilizar plataformas web y redes sociales de la revista Utopía.

Objetivo Específicos:

1. Realizar una normativa interna para el manejo ético de redes sociales y plataformas web de la revista Utopía
2. Establecer criterios de procedimientos que salvaguarden el prestigio institucional
3. Generar un código deontológico que sirva como manual de estilo interno con criterios que permitan actuar éticamente en una situación de riesgo o crisis.

Pregunta de investigación

¿Por qué es necesario un código deontológico para manejo de redes sociales en la revista Utopía?

La revista Utopía es una publicación de pastoral de la Universidad Politécnica Salesiana, dirigida principalmente a las y los integrantes de su comunidad educativa; también es de libre acceso para las y los lectores en general. Utopía genera y difunde contenidos de reflexión sobre la realidad social y las experiencias inherentes al mundo juvenil, para lo cual se emplea un código deontológico ligado a la comunicación digital que se adapte a la nueva era on-line.

Es preciso preguntarse ¿Por qué es necesario un código deontológico para manejo de redes sociales en la revista Utopía? Considerando que la revista Utopía pretende trasladarse al sistema digital, deberá procurar la participación con respeto en base a normas éticas y morales, por lo tanto necesita una normativa interna para mantener sus fines sociales y culturales en las plataformas emergentes de web y redes sociales, acorde con los procesos de interrelación de la comunidad universitaria,

Normativa interna para el manejo ético de redes sociales y plataformas web

La difusión, generación de contenidos, interacción entre los usuarios y el uso de redes sociales debe ser empleado en torno a estrategias comunicacionales conformes a la misión y visión de la revista Utopía, para establecer mecanismos de información sostenibles con la finalidad de afianzar temas de interés humano y social con carácter ético responsable. El código de ética de la Universidad Politécnica Salesiana-UPS (2015) en el artículo 5 menciona que el comportamiento de la comunidad Salesiana debe estar respaldado con respeto, bajo una normativa ética. En este sentido la revista Utopía se rige a estos parámetros y por lo tanto sus acciones deben cumplir con una normativa ética necesaria al momento de ejercer una labor calificada I, en este sentido el periodismo dentro de medios cibernéticos como redes y plataformas web corresponde a el ciberperiodismo definido como: "El ciberperiodismo es la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y difundir contenidos periodísticos" (Díaz Noci & Salaverría, 2003, p. 4). Entonces al momento de procesar, generar, publicar y difundir contenidos periodísticos en el ciberespacio es preciso realizar estas actividades bajo estándares de calidad, responsabilidad y normas éticas propias de la profesión periodística. Un reto que se puede cumplir con un código que se ajuste a un marco referencial.

Metodología

La **metodología** utilizada para la elaboración del producto editorial (Código deontológico para el manejo de redes sociales y plataformas web de la revista Utopía) fue la fenomenología, útil para analizar la futura migración o traslado a las redes y plataformas web de la revista Utopía. El paradigma naturalista-humanista o interpretativo sirvió en el estudio de los significados de determinadas acciones humanas que, en este caso, es la interacción deontológica de quienes conforman la ASU Utopía con las redes sociales y plataformas web de la revista Utopía. Las escuelas o corrientes que aportan al presente código deontológico son: la escuela de Frankfurt por ser la originaria del naturalismo, además de ser útil para comprender significados y acciones específicas dentro del manejo de información en redes sociales y plataformas web de la revista Utopía.

El **método** o procedimiento planteado para la elaboración y sustentación del código deontológico para manejo de redes y plataformas web de la revista Utopía es el **cualitativo**, basado en la investigación descriptiva que se efectuará mediante la técnica del análisis documental definido como: “una forma de investigación técnica, que busca describir los documentos de forma unificada y sistemática para facilitar su recuperación, comprende el procesamiento analítico sintético” (Molina & Dulzaides, 2014, pág. 2).

Más allá de la recopilación u obtención de datos, se realizó un análisis relacional entre las plataformas web, las conexiones, prácticas y actitudes propias de la deontología en la comunicación. La utilización de técnicas de documentación en la investigación relacionada con el tema de estudio permitió elaborar cada capítulo del

código deontológico de redes sociales y plataformas web con fundamentos teóricos sólidos para ejercer una práctica efectiva.

Un ejemplo de esto es el capítulo II del código deontológico para manejo de redes sociales y plataformas web de la revista Utopía (2016) donde se habla de la documentación, pre composición e identificación de contenidos, desde una perspectiva ética que aproveche los recursos de las tecnologías y un buen ejercicio profesional.

Se utilizaron **técnicas** de recolección de datos para la elaboración del código deontológico para manejo de redes sociales y plataformas web de la revista Utopía. Esta técnica se basa en la participación, propia de la interacción requerida en ambientes virtuales de las plataformas web: “las técnicas de recolección de datos basadas en la observación y participación consisten en la observación que realiza el investigador de la situación social en estudio, donde su participación varía según el propósito y el diseño de investigación previstos” (Gómez & Orellana, 2006, p. 212). En relación con lo expuesto queda claro cómo la participación u observación puede ser medida según el propósito del investigador en redes sociales o plataformas web y así aportar potencialmente mayor interacción, con la ayuda de las TIC. De esta manera la técnica de recolección de datos basada en participación y observación es efectiva dentro de los entornos virtuales.

Estas y otras técnicas de recopilación de datos y levantamiento de información sirvieron en el estado del arte y el marco teórico establecido para la elaboración y sustentación del código.

El **enfoque** afín a este código es el interaccionismo simbólico, estrechamente ligado al estudio de la vida de los grupos humanos y de la teoría democrática-participativa,

la cual establece posibilidad de debate hasta el punto de incidir en el ciberespacio, donde involucra la interacción e interactividad entre los administradores y usuarios de determinada página web o red social.

La naturaleza del interaccionismo simbólico según Herbert Blúmer (1969) se basa en el análisis de tres premisas, la primera explica como el hombre orienta sus actos según su percepción de las cosas o su entorno, la segunda premisa habla de la significación que le da el sujeto al objeto en cuestión a causa de la interacción social. La tercera premisa habla de la maleabilidad de los significados a causa de la percepción o interpretación que se le dé.

El uso de la interacción semiótica permite establecer herramientas para la elaboración del código deontológico y sus capítulos. Desde esta perspectiva la interconexión de la acción relaciona el uso de plataformas web y redes sociales, con la acción de los individuos que integran la revista Utopía y la interactividad que se logre con los usuarios. Esta interacción como resultado de un proceso de formación e interpretación de significados basados en una ética periodística y profesional al actuar en situaciones definidas.

Las fuentes primarias son libros de autores que sustentan el producto como: Mariano Ure, Blumer, Herbert, Castells, Tubella, Sancho & Roca, Salaverría, Cores, Soria, Vianello Osti. Entre otros textos y especialistas en el tema de las normas éticas el buen ejercicio profesional del periodismo como es el “Libro de estilo para ciberperiodistas”, “Código ético para confianza online”, “La Transición a la Sociedad en Red”, “Código deontológico de la revista Utopía”, entre otros textos que se encuentran descritos en la bibliografía y refiere citas utilizadas.

Además se usaron valores y procedimientos de la BBC de Londres (2007) en donde explica cómo procesar contenidos problemáticos, combinando el buen uso la información y el contenido, de un modo sencillo, coherente y real. Estos criterios permiten garantizar varios parámetros del código deontológico en cuanto a manejo de redes sociales y portales web.

Las **fuentes secundarias** están conformadas por el análisis de artículos de varios autores (Díaz Noci, J.; Meso, K.; Larrondo, A.) y libros (Manual de estilo de la agencia EFE), la revista “Razon y Palabra” y artículos donde recogen o interpreten otros trabajos o investigaciones fundamentados acorde con el código deontológico para manejo de redes sociales y plataformas web de la revista Utopía.

Enmarcados en el objeto de estudio, que es la revista Utopía, integrada por estudiantes y docentes de la Universidad Politécnica Salesiana, se deberá promover mediante el código deontológico para manejo de redes sociales y plataformas web, un impacto medible y calificable en sus usuarios y en redes de acción que implican un encadenamiento de los distintos actos de diversas personas. Toda acción conjunta surge de un historial de acciones previas de los participantes, cómo lo especifica Ure (2010): “Se produce un flujo ontológico que modifica positivamente a quienes intervienen en ella en términos de intensificación de la relación con el ser” (p. 20). Hay que tener en cuenta el vínculo histórico y el vínculo con las formas precedentes de acción conjunta.

En concreto, mediante esta metodología se logra dilucidar el papel que juega el intercambio pragmático, bajo connotaciones de la deontología aplicada y normas éticas propias de ejercicio periodístico en redes sociales y plataformas web.

Resultados

Salvaguardar el prestigio Institucional

Mediante el código deontológico para el manejo de redes sociales y plataformas web de la revista Utopía se proporcionan criterios y procedimientos del ejercicio periodístico que salvaguardan el prestigio institucional. Conscientes del impacto que causan los contenidos difundidos por la revista Utopía en la web y redes Sociales. Es importante precautelar la imagen y prestigio institucional de la Universidad Politécnica Salesiana y de quienes integran la ASU Utopía, por lo cual las publicaciones deben estar basarse en la misión y visión tanto de la revista Utopía y de la UPS para salvaguardar la imagen y reputación institucional bajo pautas éticas que logren el intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones.

Inmersos en un sistema abierto (el internet y las plataformas web), es imperante la construcción permanente de contenidos que involucren a redes de personas identificadas en las mismas necesidades y problemáticas, que se organicen para potenciar sus recursos. Cómo lo afirma Arroyo (2011) en la revista Razón y palabra: "el periodismo se encuentra en una encrucijada, conviene recordar a los profesionales de la información que las decisiones sobre principios informativos de honestidad, veracidad, independencia o de interés público son asuntos de su competencia y responsabilidad" (p. 6). Puesto que internet ofrece plataformas globales de acceso e intercambio de información se debe operar un sistema de gestión o manejo de contenidos éticos basados en valores que demuestren las competencias y promuevan una imagen positiva.

La intervención en red es un intento reflexivo en el campo de la interacción social, definida como un sistema abierto de relación con los usuarios. Por lo tanto el presente código deontológico de redes sociales y plataformas web de la revista Utopía aporta a la construcción de una normativa para generar contenidos redes sociales y web que permitan compartir intereses, preocupaciones, necesidades o resolver problemas.

Labor cualificada de los colaboradores de la revista

A lo largo del producto editorial se encontrarán rasgos y características que conforman el perfil que deben poseer los colaboradores de la revista Utopía. Esto implica una cualificación pertinentemente avalada en base a su preparación y formación ya que les corresponde asumir responsabilidades profesionales en el campo comunicativo. Acorde con el Art. 2 del código deontológico de la revista Utopía (2014) dice que: "Su misión es participar en la construcción de un estilo de vida humanístico, comunicacional y del conocimiento para los estudiantes de la UPS, a través de la difusión de información periodística y universitaria con la práctica de valores educativos salesianos" (p. 1). Partiendo de estas nociones y principios de la revista, el código deontológico para manejo de redes sociales y plataformas web de la revista Utopía promueve el ideal de compromiso ético; individual y colectivo de quienes integran la comunidad o ASU Utopía, en donde la verdad, el rigor, objetividad, pluriculturalidad, comprobación y contrastación formen parte de un ejercicio activo dentro de la revista.

Un colaborador cualificado debe conocer la importancia de manejar éticamente contenidos e información en red, donde se desarrolla la convergencia de las TIC. Equilibrar habilidades y conocimiento de carácter tecnológico con contenidos

humanístico es necesario para una labor cualificada, acorde con las normas y valores de la revista Utopía.

Un código deontológico no debe concebirse como un límite a la libertad de expresión o de coacción, sino que se debe vincular la autorregulación con la: “independencia de su criterio cualificado reflejo del esfuerzo de los bienes internos de la actividad que han decidido ejercer” (Aznar, 2005, p. 61). Conforme a estas nociones acerca de la autorregulación e independencia de criterios al momento de ejercer una labor cualificada queda claro la importancia de la preparación y parámetros reguladores de un código deontológico en redes sociales y plataformas web.

Promoción de un periodismo de soluciones en situaciones críticas

Para la promoción de un periodismo de soluciones se despliega una normativa para actuar en situación de riesgo, la influencia de los contenidos e imágenes publicados en el internet, así como los posibles efectos de violencia o ciberdelitos que pueda enfrentar. Desde una perspectiva que aporte a soluciones como explica Aznar al referirse a los códigos deontológicos dice que: “Estos documentos tratan problemas graves de la sociedad, el terrorismo, el racismo, la violencia, la imagen de discapacidad, pobreza y otros. Sin embargo ninguno queda en una simple denuncia pesimista (...) Alienta cierto optimismo” (Aznar, 2005, p. 56). Así se logra superar el pesimismo y el optimismo ingenuo, por que plantea soluciones, mejoras en torno a problemáticas específicas.

Conforme a una ética periodística al servicio de las necesidades emergentes, en pro de un periodismo movilizador, de soluciones que respete las nuevas sensibilidades de los usuarios. Con el objetivo de plantear alternativas, apelando a la responsabilidad social y enfatizar en el papel positivo de los medios para lograr soluciones a

problemáticas sociales. Los siguientes parámetros fundan el capítulo IV (Normas deontológicas para enfrentar una situación de crisis o catástrofes naturales en la web) del código deontológico para manejo de redes sociales y plataformas web y son fundamentados de Aznar (2005) que menciona algunos parámetros para actuar en una situación de riesgo:

En la **Fase de la información preventiva**, la planificación y conocimiento de las posibles situaciones deben estar regidas estrictamente por fuentes sustentables. Conocer bien el factor de riesgo y la comunicación adecuada según la población es esencial. Un periodismo de anticipación es un periodismo de soluciones.

La **Fase de actuación** empieza en el momento que se ha desatado la crisis, es necesaria la información y comunicación adecuada con la población, y los contenidos deben remitirse a los mensajes de alerta y pre alerta emitidos por organizaciones u organismos correspondientes (geofísico, consejo de seguridad y otros) quienes desempeñan un papel fundamental para la reducción del impacto de los acontecimientos.

Durante la **Fase de socorro**, la comunicación juega un papel fundamental detectar necesidades y es imperante la ayuda, rehabilitación y evaluación de resultados.

Perez de Tudela (1994) citado por Aznar (2005, p. 87) define los requisitos comunes de la información:

Según el tipo de catástrofe o situación de emergencia de que se trata, pasa necesariamente por lo siguiente:

- a) Simplicidad: contenidos sencillos, ágiles, fácilmente comprensibles y al alcance de quien los necesite en la redacción. Contar con protocolos de

reacción. Contar con personal con alguna formación o especialización en el efecto.

- b) Eficacia: la reacción debe ser lo más rápida posible, pero justificada con un trabajo de calidad, buena recolección y contrastación de los datos, ajustada a la descripción de los hechos, contactos precisos y claves de los organismos relevantes.
- c) Continuidad: efecto inmediato de la situación de crisis, información movilizadora y de utilidad.
- d) Ética: las exigencias éticas propias de un periodismo comprometido se hacen fundamentales en una situación de crisis desde el refuerzo de las obligaciones comunes, como la comprobación de la información y la inmediata rectificación y otros (pp. 87,88).

Evaluación, impacto e interactividad

El desarrollo eficiente de una plataforma web o una red social debe ser consecuente con la deontología de quienes integran la revista Utopía. Para ello se requiere una evaluación constante que garantice el manejo correcto de redes y plataformas web. El manual de seguimiento y evaluación de las Naciones Unidas menciona que: “Una toma de decisiones eficaz y oportuna requiere disponer de información de actividades de seguimiento y evaluación regulares y planeados” (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2009, p. 81). De esta forma se evidencia como el seguimiento proporciona datos y cuestionamientos de procesos que serán respondidos en la evaluación, lo cual potencia la eficacia dentro de plataformas web y redes sociales, con ayuda de las TIC.

Fruto de este proceso de evaluación, seguimiento, sistematización y procedimientos éticos de la información se logra contribuir a la máxima interactividad de los usuarios y comunidad en red que conforman la revista Utopía.

Mediante un ejercicio ético se logra concientizar sobre el impacto negativo de un funcionamiento inapropiado del ejercicio periodístico o del medio. Más aún en “la transición a la sociedad en red” Castells, M., Tubella, I., Sancho, T., & Roca (2007) mencionan: “La globalización, la virtualización de la cultura, el desarrollo de redes horizontales de comunicación interactiva, la construcción gradual de la sociedad red como nueva estructura social de nuestro tiempo son expresiones de esta transformación de alcance histórico” (p. 11).

Al hablar de esta Transformación estructural y multidimensional, es preciso comprender la integración en redes globales de la comunicación de las actividades estratégicamente en una sociedad desde una deontología que aporte positivamente.

Las pautas éticas presentadas en los artículos del código deontológico de redes sociales y plataformas web de la revista Utopía van dirigidas a complementar el manejo de mensajes en plataformas web y redes sociales con un uso responsable de las mismas, guiado por valores y fines de un buen trabajo periodístico, en este sentido Aznar (2005) dice: “la autorregulación no tiene en absoluto que ver con la censura (...) la autorregulación, en cambio, nace del compromiso voluntario de los agentes que participan en el proceso de comunicación” (p. 30). La autorregulación solo es eficaz mediante la libertad y responsabilidad obtenida mediante un consenso, que en caso del código deontológico para manejo de redes sociales y plataformas web de la revista Utopía debe ser por parte de quienes integran el grupo ASU Utopía.

Conclusiones

El código deontológico para manejo de redes sociales y plataformas web de la revista Utopía respalda procesos de análisis y asimilación de técnicas que se adaptan a las TIC. Plataformas web, redes sociales y blogs configuran una oportunidad para generar contenidos que requieren de labor cualificada de los miembros de la Asociación Salesiana de Estudiantes (ASU) Utopía, quienes realizan un ejercicio de aplicación de sus conocimientos para expresar mediante sus escritos, las competencias periodísticas y destrezas adquiridas.

El impacto de las nuevas tecnologías en la comunicación ha traído consigo avances y nuevas técnicas de manejo de imágenes, sonidos, texto, datos, contenido, información. Estas técnicas representan oportunidades que surgen en internet dentro de las plataformas web y redes sociales, otorgando al ciberperiodista o profesional en general herramientas para ejercer su labor en las etapas de: ideación, producción, difusión y gestión de sus mensajes, los cuales requiere una guía o normativa que permita proceder de forma precavida y ética en un medio como el internet donde existe superabundancia de información.

Se necesitan profesionales comprometidos, cualificados y con criterio para procesar contenidos en redes sociales y plataformas web, es por eso que el código deontológico para manejo de redes sociales y plataformas web de la revista Utopía aporta con estándares de calidad en la información, que dan sentido, significado e interpretación a los contenidos en la web y además prepara a sus lectores para que estén preparados frente a imprevistos o adversidades.

El código deontológico dentro de sus capítulos proporciona criterios y herramientas para ejercer un trabajo ético direccionado para colaboradores con criterio y conocimiento sobre ética profesional, así como estándares de calidad en la información. “La ética del periodismo no debe entenderse nunca como un añadido externo a la actividad periodística o de comunicación” (Aznar, 2005, p. 52). En base a estos conceptos el código deontológico para manejo de redes sociales y plataformas web proporciona directrices bases dentro del ciberespacio.

Por ello se implementa un código que a más de evaluar y analizar los resultados sintetizados, comparte principios éticos el ejercicio periodístico, midiendo el impacto de la información o contenidos para una contrastación y sustentación verídica, como resultado de procesos sociales relacionados con la difusión y el uso de internet que converge rápidamente, como lo explica Weber (2004) internet es un medio de comunicación libre e interactivo que se basa en programas informáticos.

El código deontológico para manejo de redes sociales y plataformas web de la revista Utopía permite potenciar valores como veracidad, derecho a la privacidad, entre otros. El código establece además los límites del periodismo de investigación y los deberes para un correcto empleo de las nuevas tecnologías.

En síntesis el presente sustento teórico ofrece la argumentación necesaria para comprender el código deontológico de redes sociales y plataformas web de la revista Utopía y gestión a partir de un manejo efectivo de las TIC desde una ética profesional y la capacidad de procesar información eficientemente.

Referencias

- Arroyo, M. (2011). Aproximación al perfil del periodista en la posmodernidad. *Razón y palabra*, 25(76). Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N76/varia/2a%20entrega/25_Arroyo_V76.pdf.
- Aznar. (2005). *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales*. Barcelona: Paidós.
- BBC. (2007). *Valores y Criterios de la BBC*. Obtenido de: http://www.bbc.co.uk/spanish/specials/150_valores/pdf/valores_bbc_todo.pdf
- Begoña. (20 de marzo de 2011). *El concepto de Prosumidor*. Recuperado de <https://prosumidos.wordpress.com/2011/03/20/prosumidor/>
- Blumer, H. (1969). *El interaccionismo simbólico: perspectiva y método*. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/37180510/Blumer-Herbert-El-interaccionismo-simbolico-perspectiva-y-metodo-pp-1-76>
- Castells, M., Fernandez, A., Qui, L., & Sey, A. (2006). *Mobile Communication and society. A Global Perspective*. Cambridge, MA: MIT press.
- Castells, M., Tubella, I., Sancho, T., & Roca, M. (2007). *La Transición a la Sociedad Red*. Barcelona: Ariel.
- Código deontológico de la revista Utopía (2014).
- Díaz Noci, J., & Salaverría, R. (2003). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Madrid: Ariel comunicacion.
- Gómez, C., & Orellana, D. (2006). Técnicas de recolección de datos en entornos virtuales más usadas en la investigación cualitativa. *Revista de Investigación Educativa*. 24 (1), 205-222. Recuperado de [file:///C:/Users/User/Downloads/97661-392921-1-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/97661-392921-1-PB%20(1).pdf)
- Islas, O. (2008). *El prosumidor. El actor comunicativo de la Sociedad de la Ubicuidad*. Recuperado de https://octavioislas.files.wordpress.com/2009/09/octavioislas_2008_coneicc.pdf
- Manuel, Tubella, I., Sancho, T., & Roca, M. (2007). *Transición a la Sociedad Red*. Barcelona: Ariel.
- Molina, A. M., & Dulzaides, M. E. (2014). Análisis documental y de información: dos componentes de un mismo proceso. *Scielo* 4 (1). Recuperado de <http://eprints.rclis.org/5013/1/analisis.pdf>
- Nuñez, V. (Diciembre de 2014). *¿Qué es una landing page?* Obtenido de <http://vilmanunez.com/2014/12/15/landing-page/>
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2009). *Manual de planificación, seguimiento y evaluación de los resultados de desarrollo*. New

York: A.K.Office Supplies (NY). Obtenido de
http://web.undp.org/evaluation/evaluations/handbook/spanish/documents/manual_completo.pdf

Real Academia Española. (2016). *Diccionario de lengua española*. Obtenido de
<http://dle.rae.es/?id=9daBvI8>

Soria, C. (1989). *La crisis de identidad del periodista*. Barcelona España: Mitre.

Universida Politécnica Salesiana. (2015). Código deontológico. *capítulo II, artículo 4*.

Ure, M. (2010). *Filosofía de la comunicación en tiempos digitales*. Buenos Aires: Biblos.

Weber, S. (2004). *The succes of open source* . Cambridge: Harvard University Press.