

¿Cambia el concepto de la ética periodística para los reporteros online?

La ética es una sola y no tiene por qué cambiar con la plataforma en la cual se publique el contenido es la primera respuesta que viene a la mente de quienes se formulan esta pregunta.

“La misma ética que valió para Gutenberg es la misma ética para cualquiera que esté utilizando Internet”, afirmó Javier Darío Restrepo en el Seminario *El futuro del periodismo en Internet y la profesionalización de la redacción online*. “La evolución de la tecnología ha hecho más importante la excelencia. **La ética más que manual de normas**, mandatos o prohibiciones es **un reclamo de excelencia**, en lo humano y en lo profesional. Es una trampa pensar que un nuevo periodismo para Internet es distinto que el anterior”.

Si bien la exigencia de la excelencia es la misma, basta escuchar los dilemas que los periodistas digitales enfrentan a diario para comprender los desafíos planteados en el ciberespacio.

Renata Cabrales, editora del *País.com.co*, de Cali, Colombia, por ejemplo, se enfrentó hace unos años a un usuario de su página que escribía de manera frenética en la sección de comentarios la ubicación precisa donde supuestamente la guerrilla de las Farc tenía cautivos a un grupo de secuestrados. Cuando los políticos fueron asesinados, dio las coordenadas del lugar exacto donde estaban sus cuerpos.

¿Debió ella abstenerse de publicar estos comentarios para no ilusionar así a las familias de los secuestrados? O por el contrario, ¿Debió publicarlos porque tal vez era una persona que contaba con información que podría dar con los secuestrados? Al final, los cuerpos fueron encontrados muy cerca del lugar descrito por el usuario. El dilema para Cabrales y cientos de editores online persiste.

Hay otros dilemas: ¿Deben incluir los periodistas a la audiencia en su sala de redacción? ¿Es responsable el periodista por la veracidad del contenido al cual hace un link? ¿Puede un periodista desinteresarse de ser visible en la red? ¿Se mantienen los mismos derechos de autor en el ciberespacio?

La participación activa de la audiencia facilitada por las herramientas que la Web 2.0 ha puesto al servicio de los usuarios comienza a plantearle a los periodistas digitales serios dilemas éticos inexistentes para los reporteros de los medios impresos o audiovisuales.

“En el pasado, la antigua ética era un sello de prestigio, que se defendía a partir de códigos y que protegía una audiencia pasiva”, explicó el profesor chileno de periodismo Andrés Azócar en el seminario realizado por la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, Google y la CAF en Bogotá

el pasado 5 y 6 de noviembre. “Ahora nuestra ética, la que protegíamos y cuidábamos, está invadida por los ‘bárbaros’: 130 millones de blogs, 10 millones de videos en Youtube. No son periodistas pero tienen medios.”

¿Qué códigos éticos se pueden imponer en el nuevo mundo del periodismo en el cual la edición es colectiva, hay millones de autores, la distribución es libre y la privacidad se convierte en un tesoro difícil de cuidar?

Azócar considera que dado que es imposible imponerle un código ético a los millones de bloggers que pululan el ciberespacio, la ética periodística será crecientemente individual, autoregulada, y primordialmente, estará en manos de la audiencia.

Relatoria de Juanita León