

Y sin embargo se mueve

Deontología Periodística

*A Pablo Reinah:
Primera víctima de #LordMontajes*

Por: José Alfonso Suárez del Real y Aguilera

Uno de los más relevantes aportes del filósofo inglés Jeremy Bentham no fue sólo la adopción del concepto del panóptico como esquema de vigilancia tanto para el pujante industrialismo como para la educación y el sistema penitenciario. Ese hombre, que reconoció los procesos de supervisión y vigilancia, acuñó un neologismo filosófico: la *deontología*, a la que definió como la ciencia que trata del conjunto de deberes y principios éticos que conciernen a cada profesión, oficio o ámbito laboral.

Para el pensador inglés, fijar normas que rijan la conducta y el desempeño en la esfera de la producción abrió la puerta de la moral a la Revolución Industrial que encabezaba su país, y en este sentido generó una serie de preceptos y protocolos que abarcaron todas las fases de la producción humana.

Este proceso ético incidió en muchas de las disciplinas y ramas profesionales de una sociedad desbocada a favor de un naciente sector empresarial cuya eficacia señaló el ocaso de la riqueza fincada sólo en la acumulación de las tierras y títulos nobiliarios que las ampararan, al tiempo de desplazar a las elites esclavistas que presenciaron cómo las máquinas suplían a menor costo la mano de obra que representaba su principal fuente de producción.

Aparejada a la revolución industrial, provocadora de la conciencia y crecimiento de esa elite industrial en detrimento de un proletariado sumido cada vez más en la miseria como consecuencia de la mecanización del trabajo y el abaratamiento de la mano de obra dentro del esquema productivo; esta injusticia desencadenó vivos debates en diversos ámbitos del quehacer político en el mudo y la emergencia de una prensa vital, plena en debates, cuyo objeto fuera generar opinión a favor o en contra de industriales o de proletarios, según el compromiso del autor de los artículos, columnas, editoriales y gacetillas que se difundían (o de quien los pagara).

La trascendencia de la prensa escrita como vehículo de comunicación y difusión de las ideas, cobró tal importancia que popularizó el debate a través de sus páginas, y ante la aparición del amarillismo periodístico, rentabilísimo por sus ventas, pero dañino ante la popularización del infundio y el rumor, los medios profesionales optaron por generar sus propios códigos deontológicos a fin de garantizar principios inalienables del buen periodismo, es decir, del compromiso social con los lectores y la veracidad informativa.

Los Códigos Deontológicos de los medios de comunicación garantizaban en esa época la lealtad a las posturas políticas enarboladas como los principios ideológicos de sus editores y propietarios, y ello garantizó que sus notas y editoriales

mantuvieran una impecable autenticidad que los transformó en referentes históricos, pues permitieron entender la profundidad de los debates y las calidades éticas de los debatientes en cada una de sus trincheras.

La profusión y adelantos que identifican al siglo pasado como una era de innovación, llevaron a que el periodismo se emancipara de la imprenta y el papel e incursionara en la naciente radio, en el cine y en la televisión así como en los adelantos tecnológicos que en este siglo generan espacios virtuales, diversos y confrontantes en donde la noticia surge, se viraliza y muere con una rapidez difícil de retener.

Así hoy, a causa de las velocidades alcanzadas, de la diversidad de fuentes de información y de la exacerbación de un consumismo sin freno, el periodismo apegado a su código deontológico sucumbe estrepitosamente ante lectores de noticias y opinólogos que venden al mejor postor sus voces e imágenes sin prurito alguno; y que en una gala de cinismo sin parangón, al ser confrontados con argumentos y datos duros, aducen violencia y persecución en su contra, parapetándose en una profesión cuyo origen profesional implica por su propia naturaleza la adopción lisa y llana de un código universal de ética que obliga a la veracidad, al rechazo total a las presiones de grupos de cualquier índole, a resistirse a manipular a modo la información y a diferenciarla de la opinión de forma clara, honrada y contundente.

El Código deontológico del periodismo reconoce que el derecho a la información es, sobre todo, del lector, no del periodista, y exige de este un compromiso de imparcialidad ante todo tipo de trabas u obstáculos; lo anterior se encuentra en el Capítulo 1 del *Libro de Estilo de El País*, el otrora paradigmático diario de la democracia española y referente mundial para quienes aprendimos a ejercer el periodismo con sólidas bases éticas.

A quienes, como #LordMontajes, optaron por el negocio rentable del espacio informativo y en aras del dinero sacrifican la veracidad ética de los hechos y producen y manipulan la información a conveniencia de quienes les pagan, sacrificando a sus colaboradores como ocurrió con Pablo Reinah en el Caso Cassez, y en lugar de reconocer error y engaños le apuestan a la rápida obsolescencia de sus notas y al alzheimer de las sociedades líquidas, a ellos su desnudez ética y moral los exhibe como meros mercenarios de la desinformación.