



El periodista frente al reto del dolor

↑ Con frecuencia, el reportero se enfrenta al dolor, en menores o mayores proporciones.

El dolor —inherente a la vida humana— es uno de los desafíos que enfrenta el periodista en doble vía: desde su vivencia y desde la tragedia de sus fuentes. ¿Informar o no informar en estos casos? Esta disyuntiva implica varias reflexiones.

Por Magda Páez Torres
Fotos 123RF

Carlos Gurumendi es un periodista ecuatoriano. Mientras relata ante sus televidentes el lúgubre panorama por las innumerables muertes a causa de la COVID-19 en Guayaquil, se derrumba. El nudo en la garganta le impide continuar y, en medio de las lágrimas, renuncia a la noticia. ¡En su rostro se refleja el dolor de una ciudad en la que no paran de doblar las campanas!

Con frecuencia el reportero se enfrenta al dolor en menores o mayores proporciones. Pero, así como en ocasiones el comunicador puede llegar a quebrarse ante algunas vivencias, son aún más frecuentes los escenarios en que el entrevistado sucumbe ante su propia tragedia. Un desastre natural, un asesinato, un secuestro o una pandemia suelen convertir en protagonistas a las víctimas que —muchas veces— aparecen ante los micrófonos con el desconsuelo a flor de piel y resultan bombardeadas o revictimizadas por el aguijón de una pregunta que nunca debió ser formulada.

¿Informar o no informar sobre el dolor? Para el profesor e investigador de la Universidad del Rosario Germán Ortiz es ineludible enfrentarse a situaciones dolorosas en el ejercicio del periodismo, el reto está en cómo abordarlas sin profanar aquel espacio privado de las emociones, que le corresponde solo a quien las carga sobre los hombros.

En su investigación titulada *Una apuesta moral por alcanzar calidad en el tratamiento informativo del dolor*, Ortiz enfatiza en la delgada línea que jamás debe cruzar el periodista a la hora de transmitir tragedias personales y colectivas, pero también insiste en la necesidad de informar este tipo de casos, en aras de crear conciencia sobre una problemática determinada o, simplemente, visibilizar una situación que requiere de políticas o acciones más contundentes de autoridades o gobiernos.

Para el investigador, la ética y la moral entran a escena en circunstancias dolorosas, ya que es el mismo periodista quien debe establecer límites. “La prudencia es una virtud cardinal, que cuando uno como reportero la pone en ejercicio, funciona muy bien. Debemos evaluar si es el momento de hacerle esa pregunta a nuestro entrevistado, pensar si al estar en su lugar, nos gustaría o nos incomodaría ese cuestionamiento; aquí viene la famosa regla de oro: no hagas a otros lo que a ti no te gustaría que te hicieran”, afirma.

Existen dos tipos de valores en el periodismo, indica el profesor Ortiz: los procedimentales, relacionados con aspec-



←
“Esta coyuntura nos ha demostrado que la gente necesita de la prensa, del periodismo y del periodista, porque es por medio de ellos que estamos conociendo la tragedia del mundo; no es mediante las redes sociales, donde circula mucha información que no siempre es verdadera”, asegura el investigador Germán Ortiz.

tos como la precisión, la proporcionalidad, el contexto, la transparencia y la objetividad; y los interpretativos, vinculados con la necesidad de entender el contexto de las acciones humanas, especialmente, en hechos de dolor. Ambos, aclara, son necesarios para el buen ejercicio de la reportería.

Si bien el afán del *rating* lleva muchas veces a los medios de comunicación a enfatizar en el llanto u otras expresiones de dolor, el investigador recalca que el periodista no debe perder su norte: elaborar de manera sustancial la noticia, sin acudir al camino más fácil, que es quedarse en lo emotivo.

“A veces no hay necesidad de llegar en el momento de la tragedia. Lo más importante es tener la dimensión del hecho, no por mero sentimentalismo, sino por el significado y la naturaleza del acontecimiento mismo; trascender de la información de lo simple. Una persona llorando siempre va a generar impacto, pero podemos hacerlo de una forma distinta, con una mirada más respetuosa, sin perder la naturaleza triste del hecho, el significado del dolor, que es lo que en últimas también se trata de mostrar”, afirma Ortiz.

Por tanto, resalta cómo, en medio de una emergencia mundial como la pandemia por la COVID-19, el rostro de una médica o enfermera marcado por las huellas del uso prolongado de un tapabocas; la foto de una ciudad vacía, que anteriormente ‘nunca dormía’, como Nueva York, y la unión de miles de personas en Italia, cantando al unísono desde las ventanas, pueden sensibilizar más o mejor que la muerte cara a cara, sin necesidad de ahondar en las heridas de los dolientes.

Aunque en algunas salas de redacción la crónica roja se ha tomado los titulares, bajo el



supuesto de que el público prefiere este tipo de información, de acuerdo con el investigador, debe primar la responsabilidad mediática. En este sentido, alude a la teoría de la *agenda setting*, de Maxwell McCombs y Donald Shaw: “Los medios nos dicen qué pensar y, además, cómo pensar; cuando ellos matizan las informaciones y dan jerarquía a los hechos, las personas terminan hablando del tema, según la importancia que la prensa le haya dado. Si nosotros solo le damos a la gente las cosas que consideramos importantes, será más fácil determinar qué es lo que a las personas les gusta”, puntualiza.

En este sentido, sostiene que, si bien es importante que el ciudadano conozca de un asalto, también hay que priorizar informaciones esenciales como el flujo del transporte en la región, los precios de los productos de la canasta familiar, entre otras, para que no sean solo las noticias negativas las que marquen la pauta en la agenda.

El video: ¿hay límites en la era del periodismo virtual?

En la era digital que presenciamos en la actualidad, los videos —de toda suerte y calibre— se han tomado las plataformas. Medios tradicionales y nuevos le han apostado a la imagen para captar audiencias. Sin embargo, en medio de este apogeo, el receptor se enfrenta a imágenes de diversa índole que pueden transgredir algunas barreras éticas.

El 6 de febrero de 2019, un caso de suicidio estremeció a Colombia. Una mujer se lanzó de un puente en Ibagué, con su hijo de 10 años de edad. El momento quedó registrado en un video que, en cuestión de segundos, se volvió viral, máxime porque algunos medios cedieron a la tentación de publicarlo.

Un claro ejemplo de un caso desgarrador, cuyas imágenes jamás debieron salir a la luz, bajo ningún argumento, ni siquiera el de crear conciencia sobre el suicidio. El trabajo del ‘morbo’ y el *rating* se logró, pero pagando un precio muy alto: perturbar aún más a una familia y a una comunidad que ya estaba lo suficientemente compungida con lo ocurrido.

La ‘dictadura del clic’, a la que hace alusión el profesor Ortiz, termina imponiendo informaciones sesgadas e, incluso, las llamadas *fake news*. Muchos medios digitales incluso tienen secciones exclusivas para los videos más llamativos, que terminan siendo los ‘más vistos’. “Lo que llega más rápidamente a las personas son las noticias negativas, las falsedades o aquellas cosas más escandalosas, por eso es que los escándalos suelen estallar prontamente en redes sociales, ya que son lo que más precipitadamente se comparten”, enfatiza.

Ante toda esta oleada de información y alternativas, que pululan sin filtro en Internet, Germán Ortiz sostiene que los medios de comunicación tienen una oportunidad histórica de reivindicar su papel y la necesidad de acudir al periodismo para obtener información certera.

La reciente pandemia por la COVID-19 —afirma— reforzó el papel clave del periodismo para la sociedad, con reporteros que, día y noche, han afrontado el riesgo de contagio para llevar información a las casas de familias inquietas y ávidas de conocer el avance del virus y la evolución de las medidas para su contención.

¡He ahí la razón moral del periodismo!, a la que alude Ortiz: “Esta coyuntura nos ha demostrado que la gente necesita de la prensa, del periodismo y del periodista, porque es por medio

En su investigación Germán Ortiz enfatiza en la delgada línea que jamás debe cruzar el periodista a la hora de transmitir tragedias personales y colectivas, pero también insiste en la necesidad de informar este tipo de casos, en aras de crear conciencia sobre una problemática determinada o, simplemente, visibilizar una situación que requiere de políticas o acciones más contundentes de autoridades o gobiernos.

de ellos que estamos conociendo la tragedia del mundo; no es mediante las redes sociales, donde circula mucha información que no siempre es verdadera”.

Eso ratifica la legitimidad y la credibilidad que los medios han perdido, y es un instante muy importante para recuperarlas, añade el investigador. “En la peor crisis sanitaria desde hace un siglo y, quizá, la peor crisis política desde la Segunda Guerra Mundial, es crucial el rol del periodismo”, dice.

Así las cosas, y de cara a este reto, los reporteros se enfrentan, además, al compromiso enorme con la sociedad de recomponer la noticia, de trascender del escándalo al fondo de los acontecimientos, y de cuestionarse a sí mismos, antes de dar el siguiente paso en situaciones como el dolor, inherentes a la vida y a este oficio, que requieren de la empatía y, sin duda, de la autorregulación.

Bien lo decía el periodista polaco Ryszard Kapuscinski: “Las malas personas no pueden ser buenos periodistas”. Y aunque esta frase se ha convertido casi que en una máxima del gremio —como puntualiza el profesor Ortiz—, bien valdría que cada reportero, antes de ponerse las botas para recorrer la calle y encarar la tragedia, pueda interiorizarla y practicarla para estar a la altura de su fuente, de su medio y de su audiencia. ■