

Ética en el testimonio y en la imagen: en torno a la trata de personas

Víctor M. Reñazco

Coordinador de Estrategia de Comunicación Regional. Save the Children España. Ponencia presentada en el Panel 8, Ética en los testimonios, en las imágenes y en las campañas: en torno a la trata y el tráfico de personas, 24 de septiembre de 2010.

La trata de personas es un delito del crimen organizado transnacional y una flagrante violación a los derechos humanos que afecta a miles de niñas, niños, adolescentes y mujeres en Centroamérica, México y el mundo, a través del cual se convierte a la persona en un objeto con el que se negocia, violando su libertad individual, su dignidad y sus derechos humanos.

Este delito ha sido un tema que hasta hace unos años no figuraba en la agenda de los medios de comunicación y sobre el cual sólo ciertas organizaciones realizaban algunas acciones de prevención ante el mismo.

Al ser la trata un delito, debe ser abordado como tal y dado que en los medios de comunicación la utilización de fuentes vivas, tales como los testimonios o entrevistas de víctimas de trata se hacen casi indispensables, se debe tener clara la importancia de presentar información de forma adecuada y garantizar el respeto de los derechos humanos de las víctimas, familiares o personas allegadas a éstas.

Para esto, el o la periodista debe seguir algunas autorregulaciones que permitan garantizar el respeto al presentar algún testimonio o imágenes en las informaciones, antes de salir a la luz pública.

En este pequeño trabajo se presentan algunas recomendaciones básicas para contribuir a que el abordaje en los medios sea bajo el enfoque de derechos humanos, señalando que ha sido trabajado con la participación de periodistas y comunicadores de Nicaragua, interesados en debatir sobre cómo hacer un adecuado abordaje del tema en los medios.

FOTOGRAFÍA: MORGUEFILE.COM



Para hacer un abordaje ético en los medios es importante saber que existen tres interlocutores que tienen un rol fundamental:

Responsabilidad personal / autorregulación de el
o la periodista

Editores/ tomadores de decisión

Responsabilidad del medio/línea editorial definida

Esto implica que muchas veces las decisiones en los medios de comunicación o en campañas de organizaciones sobre el uso de imágenes o testimonios no dependen de un o una periodista, sino que hay niveles de jerarquía que influyen en lo que saldrá publicado.

Los periodistas y comunicadores, aun contando con información de un abordaje con ética y enfoque de derechos humanos y tratando de hacer una autorregulación de lo que van a publicar, no logran que editores de medios lo vean de esa manera y, por lo tanto, no siempre pueden decidir sobre lo que sale publicado y cómo sale publicado.

Sus trabajos son presentados a instancias supervisoras quienes deciden finalmente qué sale a la luz pública, modificando o invalidando muchas veces las opiniones presentadas inicialmente. A su vez, estas instancias de supervisión dependen de la línea editorial que lleve el dueño de la organización o del medio de comunicación, que es al final quien decide qué colocar en la agenda mediática.

Si logramos que estos tres interlocutores de un medio logren interesarse en el abordaje adecuado del tema, podemos lograr que éste llegue a una población mayor y así contribuir a elevar el nivel de información con el que se cuenta.

Luego, en el plano de redacción, es importante considerar algunas recomendaciones que permitan mantener la ética al presentar los testimonios de las personas víctimas de trata. Entre las principales recomendaciones podemos mencionar las siguientes:

Conocer el tema. En primer lugar, el periodista, comunicador, técnico o persona de cualquier otra profesión debe tener claro que *informarse es indispensable para hablar correctamente a otros sobre trata* ya que estamos refiriéndonos a un delito del cual la población no tiene información y todavía sigue confundiendo la terminología del mismo.

Al hablar de trata se debe *evitar brindar términos errados*, ya que la población cree la información que se le presenta y puede crearse confusión al respecto. Un ejemplo claro es el término “trata de blancas”, el cual no es correcto ya que invisibiliza la trata de otras poblaciones de la sociedad.

Cuando el o la periodista cuenta con la información adecuada es importante contextualizar la nota, ya que debe llegar a las personas de la manera más sencilla, con ejemplos y contextos conocidos para que los lectores puedan comprender y poner en práctica lo que le estamos diciendo.

Otro aspecto importante es saber que la trata está ligada a delitos conexos, como el narcotráfico, la extracción de órganos o la pornografía infantil. Es necesario brindar información que a la gente le permita *identificar todas las modalidades del delito* tales como la esclavitud, mendicidad, venta de órganos, explotación sexual comercial.

Respeto a los derechos humanos de las víctimas. Si se quiere presentar testimonios e imágenes de las víctimas de trata de personas, en todo momento se debe *garantizar la integridad de las personas, la confidencialidad y evitar mostrar rostros, o cualquier señal que las identifique* ya que las víctimas pueden sufrir discriminación cuando su comunidad se entera de lo que les ha sucedido y, en el peor de los casos, pueden ser identificadas por las redes delictivas de las cuales han sido víctimas.

Además, antes de presentar las historias en medios de comunicación se debe *conseguir autorización de las personas víctimas de trata.*

Contar historias de vida, no cifras. Por lo general, una de las cosas que más “vende” una noticia son las cifras, ya que es una forma de “demostrar” que verdaderamente el delito está ocurriendo en la comunidad. Pero, al contrario de lo que se piensa al momento de informar, se debe *buscar el lado humano de las situaciones* o, quizá, mostrar el proceso de *reintegración de la víctima* como una muestra de que se puede seguir adelante con la ayuda emocional y psicológica de las personas allegadas, amigos o de la comunidad misma.

Es importante que se *evite buscar sólo cifras*, ya que las personas son las que cuentan y esa debe ser una premisa porque, al mostrar historias de vida de una forma diferente, se permite *identificar recomendaciones* por parte de la audiencia para evitar ser víctimas del delito y de igual forma poder informar al respecto.

Alertar no es sinónimo de atemorizar. Evitar imágenes crudas o fuertes, refiriéndonos al área visual ya que muchas veces se cree que así se llegará de forma más directa a la gente, no obstante la idea no es causar temor o miedo que pueda paralizar a las personas, sino un sentimiento de alerta que les permita actuar ante el delito de forma correcta.

Por el contrario, se recomienda apelar al efecto psicológico de las imágenes y utilizar colores, tipografía de alerta, ya que muchas veces causan el mismo impacto que las imágenes sin recurrir tanto a lo gráfico.

Alertar a las personas se traduce en *dar información clara, precisa, que sirva para evitar que se conviertan en víctimas* (lugares donde acudir). Estos recursos son de utilidad para la población y posibilitan denunciar el delito de la forma correcta.

Garantizar la seguridad emocional de las personas. Al realizar entrevistas a víctimas de trata es importante *evitar inculpar a las personas por lo sucedido* pues muchas veces les preguntan si no habrá sido por ser de determinada forma que les ocurrió el hecho. Se debe saber que, en ocasiones, las víctimas están pasando por procesos de recuperación y pueden sufrir alguna descompensación al dar la entrevista, por tanto, hay que estar preparado para esto.

Más bien, al presentar la información *se debe hacer énfasis en los clientes* ya que son la verdadera razón por la que existe el delito, tratando que la audiencia reconozca la trata como un delito que debe ser penado y así se logre contribuir a *disminuir la tolerancia social al delito*.

Tener en cuenta la seguridad del que informa y de la persona entrevistada. Antes de hacer entrevistas a víctimas de trata se debe *entender/evaluar los niveles de riesgo que pueden correr tanto el entrevistador como la entrevistada*.

Es indispensable *no olvidarse que la vida de esa persona o de su familia puede estar en peligro* (aunque la persona misma no sea consciente de esto) y, por consiguiente se debe resguardar su identidad.

Finalmente, mencionamos que ninguna de las recomendaciones tiene efecto si el o la periodista no se interesa en hacer un cambio en el abordaje que actualmente realiza. Si está motivado o motivada para conocer e informar de manera adecuada, el resto de barreras poco a poco pueden irse derribando.

La información es un valor que si es entregado de forma correcta a la audiencia permite hacer cambios sustanciales en sus estilos de vida, y facilita que haya gente capaz de actuar ante las primeras señales del delito en su casa o en su comunidad, y con capacidad de apoyar a otros a pedir ayuda o a informarse.

Referencias bibliográficas

- Organización Mundial de la salud (2003), *Recomendaciones éticas y de seguridad para entrevistar a mujeres víctimas de la trata de personas*.
 Save the Children (2003), "Guidelines on Child Trafficking and Media Coverage," Albania, *Manual de ética*, Nicaragua.
 Organización Internacional para las Migraciones y Save the Children (2007), *Guía de Intervención Psicosocial para la asistencia directa con personas víctimas de trata*, Costa Rica.