



TRABAJO FIN DE GRADO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN

LA EMPATÍA DEL PERIODISTA: UN ARMA DE DOBLE FILO

“Porque la raíz del afecto sobre el que se asienta toda relación dimana de la empatía”

(Goleman, 1995, p. 163)

Resumen: La empatía es emoción pero también disposición, enemiga de la utopía neutral y amante de la pasión vivencial, llave de acceso al interior de las fuentes pero propensa a la manipulación, incompatible con la retórica del distanciamiento pero a favor de la honestidad, contracorriente de las superficialidades informativas y del tiempo de aquellos que infravaloran la investigación pero que, cuyos efectos, constituyen un arma de filo. ¿Sabremos usarla? ¿Estamos capacitados para conocer los límites del periodismo de la empatía?

Palabras clave: empatía, inteligencia emocional, inmersión, periodismo narrativo, subjetividad

Abstract: Empathy is emotion but also disposition, enemy of the neutral utopia and lover of the experiential passion, key of access to the interior of the sources but prone to manipulation, incompatible with the rhetoric of distancing but in favor of honesty, against the current of informative superficialities and from the time of those who underestimate the investigation but whose effects, constitute a double-edged sword. Will we know how to use it? Are we trained to know the limits of the journalism of empathy?

Key words: empathy, emotional intelligence, immersion, narrative journalism, subjectivity

Don. Juan Carlos Fernández Serrato,

Profesor del Departamento de Periodismo I de la Universidad de Sevilla y tutor en la asignatura Trabajo Fin de Grado.

Acredita que:

El Trabajo Fin de Grado titulado *La empatía del periodista: un arma de doble filo* realizado por la alumna Marta Durán Baizán reúne las condiciones exigibles para su presentación y defensa pública.

Fdo.:

El tutor,



./

Juan Carlos Fernández Serrato

La alumna,



Marta Durán Baizán

Sevilla, a 30 de mayo de 2018

ÍNDICE

1. Introducción.....	1
1.1. Metodología, objetivos e hipótesis.....	3
2. La inteligencia emocional del periodista intelectual.....	4
2.1. Definición de empatía. Fases del proceso y características.....	8
2.2. Tras el cristal de la psicología y la neurobiología.....	13
3. ¿Periodismo de la empatía?.....	16
3.1. La utilidad de la identificación.....	19
3.2. Empatía como búsqueda de enfoques creativos y formas de construir la realidad novedosas.....	21
3.3. Empatizar es compartir en una sociedad individualista.....	23
3.4. Curiosidad y empatía van de la mano.....	25
3.5. Las nuevas tecnologías de la comunicación son oportunidades empáticas.....	28
3.6. El esplendor máximo de la empatía es la inmersión periodística.....	29
4. El periodismo de inmersión.....	31
4.1. Modalidades y características	33
5. La empatía, un arma de doble filo.....	37
5.1. Empatizar para vender.....	37
5.2. La empatía, ¿gusano en la manzana informativa?.....	41
5.3. La empatía justifica los medios.....	43
5.4. Desafiando los códigos deontológicos.....	45
5.5. Cuando lo profesional invade lo personal.....	48
5.5.1. Empotrados en la manipulación.....	50

6. La empatía, indispensable para el periodismo narrativo.....	53
6.1. La honestidad como mayor verdad periodística.....	57
7. Conclusiones.....	60
8. Apéndice.....	63
8.1. Apéndice I: Entrevista a Antonio López Hidalgo.....	63
8.2. Apéndice II: Entrevista a María Angulo.....	68
9. Bibliografía.....	71
- Libros	
- Citas en segundo grado	
- Recursos webs	
- Revistas científicas / académicas	

1. Introducción

¿Qué le deparará al futuro de la profesión periodística si perdemos la credibilidad? ¿Qué motivos están desacreditando nuestra mayor virtud? Ante estas cuestiones, podríamos tratar de recoger brevemente numerosas circunstancias que están afectando a la correcta realización de la vocación periodística. Cabe mencionar aquí el factor tiempo como motor de la carrera por la inmediatez, así como la proliferación de contenidos precarios que se juntan a una clara saturación informativa. ¿Qué valor está obteniendo un periodismo que únicamente naufraga entre fuentes institucionales? ¿Realmente podemos decir que estamos capacitando en mente crítica a la ciudadanía? Refiriéndose a nuestra generación, la escritora Elvira Lindo en su artículo titulado *Periodistas*, exalta un deseo ferviente de la verdadera vocación: “Ojalá que no sean mansos y no se dejen arrastrar por esa corriente venenosa que consiste en acudir a las ruedas de prensa para tomar nota sin rechistar”.

La autocrítica podría ser un primer paso para el avance en términos de calidad profesional. Por otro lado, en la actualidad el sector empresarial y sus afanes en rentabilidad prevalecen por encima de impartir una educación mediática que propague valores indispensables en democracia. Una dosis de realidad que hace plantearnos, ¿es el esfuerzo por tratar de suprimir los obstáculos adheridos en el ejercicio profesional una mera utopía? La presente reflexión teórica analiza diferentes apuestas periodísticas defensoras del derecho de la ciudadanía a saber, interpretar y reflexionar. Tratamos aquí un periodismo de riesgo e intervención que exime el eje del entretenimiento como centro vocacional y que acude al planteamiento de soluciones más allá de la exposición de la realidad.

A fin de lograr transmitir un periodismo de calidad, basado en una principios morales que repercutan favorablemente en el conocimiento de nuestros lectores u espectadores, ¿precisamos como profesionales un añadido que va más allá de la formación cognitiva? Encontramos aquí los efectos que generan en el periodismo una correcta aplicación de la inteligencia emocional, concretamente de la empatía, que constituye un arma de doble filo. Mahatma Gandhi decía que “las tres cuartas partes de las miserias y malos entendidos en el mundo terminarían si las personas se pusieran en los zapatos de sus adversarios y entendieran su punto de vista”. Si los periodistas aplicáramos el pensamiento de Gandhi, ¿hasta qué punto contribuiríamos a la creación de una información de calidad? Si fuéramos más émpatas con nuestras fuentes, ¿estimularíamos también el contagio empático en nuestra audiencia?

Las reflexiones nos sugieren que analicemos la capacidad empática del periodista y sus efectos en el público al que se dirige. No obstante, siempre investigaremos en línea de un periodismo de calidad que conlleva atribuir al profesional de la disciplina como un intelectual. Por añadidura, nuestra ambición no permite que realicemos una valoración superficial de la empatía sino que, de lo contrario, analizaremos exhaustivamente la aplicación emocional en niveles de calidad como son el periodismo narrativo y el de inmersión. Consideramos así dichas especializaciones en base a ese plus de calidad que merece nuestra ciudadanía. Ahora bien, si aquí el periodista debe colocarse completamente en los zapatos de sus adversarios, ¿conseguirá luego quitárselos? ¿Cómo afectarán todas esas experiencias empáticas a la hora de reconstruir la información?

Considerando que las inmersiones suponen el máximo esplendor de la empatía, en la presente reflexión teórica analizaremos los efectos, positivos y negativos, de la aplicación emocional en el trabajo de campo del periodista. Todo con el objeto de construir una perspectiva global aportando también premisas defendidas por conocidos estudiosos de la psicología. Observaremos ese doble filo de la empatía que da nombre a la investigación mediante casos reales, profesionales experimentados, que han sido desafiados en sus esfuerzos por desencadenar cualquier tipo de adhesión emocional a la hora de redactar sus escritos. Todo a fin de enfatizar en los valores y principios emocionales que determinan el proceso de campo del buen periodista.

Abordaremos un horizonte que vislumbra el futuro de la disciplina: el periodismo narrativo. Toda una hibridación de géneros que apuesta por la emoción del periodista - protagonista en los hechos que investiga. Un profesional que transmite pasión, arriesgado en sus ambiciones pero transparente en inseguridades y que, sobre todo, empatiza no solo con el fin de adentrarse en el alma de sus fuentes sino de dar acceso a mundos individuales a todos sus lectores. Un periodismo narrativo que aboga por la honestidad como mayor verdad periodística y que asume la subjetividad del periodista capacitado. La empatía, la exhaustiva preparación profesional y el conocimiento previo del que disponen, contribuye a solventar el gran desafío de nuestros días: la pérdida de credibilidad.

1. 1. Metodología, objetivos e hipótesis

El presente trabajo figura como reflexión teórica - crítica, a modo de ensayo, en un intento por comprender los efectos de la empatía en la práctica periodística. Una investigación cuya metodología se ha nutrido desde estudiosos de la psicología hasta periodistas experimentados en el terreno de la empatía. Así, la metodología queda respaldada con el conocimiento de expertos reconocidos como Paul Bloom, Óscar Herrero Conde y Daniel Goleman hasta diferentes entrevistas (véase apéndices I y II) realizadas expresamente para la correcta investigación que desarrollamos. En definitiva, a todo lo expuesto le sustenta un trabajo previo referente al ámbito de la inteligencia emocional, con un breve repaso desde el cristal de la neurobiología, a fin de examinar los procesos científicos de la activación empática en la profesión periodística.

A continuación se recogen los objetivos esenciales que mueven la reflexión teórica:

- Conocer la inteligencia emocional desde el punto de vista de la psicología y la neurobiología y más concretamente, la habilidad de la empatía en sus procesos de activación y desarrollo. Comprender y reflexionar acerca de la aplicación de la inteligencia emocional en la profesión periodística.
- Desde una perspectiva analista y crítica, proponer un periodismo de empatía a fin de conocer las ventajas que supone la práctica de tal habilidad emocional en el ejercicio vocacional pero, a su vez, analizar los peligros que conlleva a la hora construir la información y para el propio periodista.
- Analizar los efectos de la empatía en el periodismo inmersión, en el campo más intenso de las vivencias del profesional, y cada una de sus posibles repercusiones en términos de adhesiones emocionales.
- Examinar las bases fundamentales del periodismo narrativo donde, precisamente, esa honestidad y empatía del periodista se configuran como las versiones más próximas a la realidad. Analizar la credibilidad de esta hibridación de géneros que desafía la prensa informativa anglosajona.
- Obtener conclusiones que nos lleven a delimitar ese doble filo de la empatía: ventajas e inconvenientes de la necesaria habilidad emocional para el desarrollo de la vocación.

Enumeramos aquí las hipótesis fundamentales:

- A. El periodista esforzado en alta inteligencia emocional tendrá más ventajas efectivas y personales a la hora de ejercer la vocación en el campo de trabajo.
- B. La empatía constituye un proceso emocional de aprendizaje del periodista en su trabajo de campo, implicando así un sobreesfuerzo por aplicar el acercamiento con fuentes totalmente diferentes.
- C. El periodista accede al corazón de sus fuentes a través de la empatía pero también la emplea para moldear a sus entrevistados a fin de lograr objetivos cercanos a la manipulación y viceversa.
- D. La subjetividad del periodista cumple con el compromiso social vocacional mientras que mantiene honestidad, sin embargo, en muchas ocasiones la adhesión emocional provoca una distorsión de la realidad.
- E. La credibilidad en el periodista se incrementa cuando lo profesional invade su terreno más personal, efectos ineludibles que provoca el periodismo de inmersión como fruto de la empatía.
- F. Los medios de comunicación son responsables de discernir los límites de la empatía, de lo contrario, la magnificación emocional prevalece sobre la racional y por tanto, las respuestas sociales del público se mueven bajo instintos impulsivos.

2. La inteligencia emocional del periodista intelectual

El planteamiento es sencillo, ¿de qué forma logramos, nosotros como periodistas, que la ciudadanía dignifique una noticia concreta y decida brindarle su tiempo ante la diaria sobresaturación informativa? La respuesta a la cuestión también sería elemental si decidimos excluir la actividad intelectual que deber ser inherente a la vocación, esto es, la habituación a desempeñar tareas robóticas vinculadas a la mera transmisión de notas de prensa o a la creación de titulares webs que únicamente aspiran a lograr un click por parte del lector. En este sentido, el profesional por vocación contempla con certeza qué contenidos merecen el reconocimiento de ser denominamos periodísticos puesto que vislumbra una serie de valores informativos e interpretativos que lo respaldan.

Atendiendo a la puntualización anterior, sostenemos que el ejercer un periodismo de calidad implica necesariamente que el profesional desarrolle una actividad intelectual. Para ello, los periodistas potenciales acudimos al aprendizaje de una serie de conocimientos cognitivos que suelen escasear

de un ingrediente esencial: la parcela emocional. Cabe plantearnos aquí, ¿honraré un periodista el ejercicio de la profesión aplicando habilidades pertenecientes al campo de la inteligencia emocional? Y lo que más nos atañe, ¿lograré enderezar un sentido de correspondencia con sus lectores objetivos capaz de superar el destructor morbo de la inmediatez?

Referente a las habilidades emocionales, el escritor Óscar Herrero Conde (2016, p. 15) reitera que “se trata de profundizar en la necesidad de poseer actitud y aptitud. La vida hoy nos exige aptitud técnica y actitud emocional”. Esto es, una postura que podríamos aplicar a favor de la consideración de que las emociones no suponen un obstáculo en el ejercicio profesional, sino que fomentan los diversos lazos de interacción con los consumidores objetivos. Más adelante analizaremos cómo las emociones también suponen todo un desafío tanto en la práctica de un periodismo de calidad, nos referimos aquí más concretamente a la inmersión, como en las informaciones del día a día. Óscar Herrero Conde (2016, p. 15) ratifica que “las emociones son buenas, regulares y malas. Exactamente igual que las ideas”. Y por supuesto, son altamente manipulables sobre todo cuando se trata de lograr una serie de objetivos.

¿A qué nos referimos exactamente cuando hablamos de inteligencia emocional? Con el fin de responder a la cuestión, resaltaremos dos apuntes esenciales del autor Daniel Goleman (1996) quien plantea la define como “una manera distinta de ser inteligente. No es la típica inteligencia de la que hablamos en la escuela y que se puede medir mediante coeficientes. Tiene que ver con cómo gestiona uno sus emociones y la de los demás”. En otras palabras, según Mayer y Salovey (1997, p. 10):

“La inteligencia emocional incluye la habilidad para percibir con precisión, valorar y expresar emoción; la habilidad de acceder y/o generar sentimientos cuando facilitan pensamientos; la habilidad de comprender la emoción y el conocimiento emocional; y la habilidad para regular las emociones para promover crecimiento emocional e intelectual”.

A diferencia de lo que ocurre con el coeficiente intelectual, el término de “inteligencia emocional” es un concepto reciente. De hecho, según el psicólogo Daniel Goleman (1996, p. 65), “ni siquiera nos hallamos en condiciones de determinar con precisión el grado de variabilidad interpersonal” de la misma. Sin embargo, atendiendo a la opinión del autor, la inteligencia emocional puede llegar a ser incluso más decisiva que el propio coeficiente intelectual de los individuos. Debemos tener en cuenta que un alto porcentaje de coeficiente intelectual no determina el grado de satisfacción personal. Según los seguimientos que recoge Daniel Goleman (1996, p. 67) propios de la década de los cuarenta por la universidad de Harvard, “la diferencia en términos de felicidad radica en las

habilidades adquiridas en la infancia”. También los resultados académicos, según la profesora Karen Arnold de la Universidad de Boston, ayudan a “saber que una persona ha logrado graduarse con unas notas excelente...pero no nos dice absolutamente nada en cuanto al modo en que reaccionará ante las vicisitudes que le presente la vida” (Goleman, 1996, p. 67). En cuanto a la educación, ¿por qué no se invierte mayor tiempo y esfuerzo al desarrollo del carácter profesional? Según Daniel Goleman (1996, p. 68) “las personas que gobiernan adecuadamente sus sentimientos, y asimismo saben interpretar y relacionarse efectivamente con los sentimientos de los demás, disfrutan de una situación ventajosa en todos los dominios de la vida”.

Encontramos cinco competencias principales en la clasificación de Peter Salovey recogidas por Daniel Goleman (1996, p. 80). En primer lugar, el actual presidente de la Universidad de Yale, enfatiza en la autoconciencia o en el reconocimiento de sentimientos en el mismo momento en que suceden. Según Daniel Goleman (1996, p. 80), esta “resulta crucial para la introspección psicológica y para la comprensión de uno mismo”. Aplicado al ámbito de estudio, es relevante que el periodista intelectual identifique con la mayor claridad posible los sentimientos acaecidos en el ejercicio de la profesión. Todo ello porque nuestra responsabilidad social radica en llevar a cabo una correcta transformación de la realidad, la cual penetra primero a nosotros a través de los sentidos.

Continuando con la clasificación encontramos el control de las emociones para adecuarlos al instante. Ello contribuye a frenar acciones de las que podamos arrepentirnos. La vocación periodística nos lleva obligatoriamente a mantener una serie de comportamientos de cara al desarrollo profesional. Cabe mencionar aquí el género de la entrevista que, dependiendo del contexto y de la cercanía existente entre los interlocutores, demandará de nosotros un grado más o menos elevado de control emocional. Esto es, por ejemplo, la entrevista realizada por el periodista Jon Sistiaga a Luis Alfredo Garavito, también conocido como “la bestia”, que confesó el asesinato de más de 200 niños. El reportero afirmó en un acto inaugural de la Facultad de Comunicación de Sevilla que en 30 años de profesión nunca había sentido la “atracción abisal de la maldad químicamente pura. Una persona que te chupa la sangre”.

La tercera competencia que recoge Salovey es la capacidad de motivarse a uno mismo. Hoy en día ante la precariedad laboral, la vocación periodística ha dejado de ser un disfrute profesional para convertirse en una verdadera carrera por la supervivencia. De ahí que el optimismo y la creatividad sean alentadoras en la resistencia a las adversidades. Por otra parte, encontramos la gestión de las relaciones sociales que, tal y como recoge Daniel Goleman (1996, p. 81), “son las habilidades que subyacen a la popularidad, el liderazgo y la eficacia interpersonal”. En este sentido, la calidad

periodística está delimitada por las relaciones que se establecen entre los interlocutores interfiriendo así en el resultado informativo. La construcción de la realidad depende de la habilidad para relacionarnos con las emociones ajenas.

Por último, como piedra angular del objeto de estudio, encontramos la empatía. El periodista Óscar Herrero Conde (2016, p. 102) define esta competencia como “la capacidad de percibir lo que están sintiendo los demás, aunque no lo expresen verbalmente”. Habitualmente un periodista empático es capaz de captar una serie de señales sociales que le indican las pretensiones del entrevistado. En otras palabras, sintoniza con los pensamientos ajenos y actúa en función de estos. El mencionado caso de Garavito que aparece en el programa *Tabú* nos hace plantearnos, ¿puede realmente un periodista llegar a empatizar con un asesino? Desde la óptica profesional, ¿conlleva la aplicación de esta habilidad una aceptación de los actos del entrevistado? Se tratan de reflexiones que son de gran importancia a la hora de ejercer un periodismo de calidad y en las que aparece el factor confianza que hablaremos más adelante.

Ahora bien, según Daniel Goleman (1996, p. 81), “no todas las personas manifiestan el mismo grado de pericia en cada uno de esos dominios”. De acuerdo al escritor observamos aquí un claro componente neurológico a su vez altamente modificable puesto que “el cerebro se halla sometido a un continuo proceso de aprendizaje”. Hablamos de una cuestión que ratifica que el periodista intelectual debe contar con una disposición que contribuya a la mejora de un conjunto de hábitos y reacciones varias. En otras palabras, a fin de ser responsables con nuestra identidad social, el profesional debe decidir someterse a un proceso que favorecerá el desempeño profesional desde el punto de vista emocional. Evidentemente, este complementará la necesaria formación cognitiva.

El periodista español Fernando González Urbaneja apuesta por “volver al periodismo profesional del corazón del siglo XX. Al periodismo que busca activamente la verdad, que practica la verificación más que la aseveración, la precisión antes que la velocidad”. Una interpretación del futuro de la profesión recogida en el libro de Óscar Herrero Conde (2016, p. 102) que supone la aplicación de los principios emocionales. Cabe puntualizar que, de acuerdo a la clasificación recogida por Óscar Herrero Conde (2016, p.104), las habilidades emocionales derivan según diferentes proyecciones. Por un lado encontramos principios íntimos y corporativos que implican una mirada emocional introspectiva y por otro, principios sociales y públicos que dirigen la acción hacia el exterior.

De acuerdo a la clasificación anterior, ¿dónde situamos a la empatía? Realmente el hecho de que los periodistas debamos ser émpatas, tanto con el fin de comprender a nuestro interlocutor como para lograr objetivos, constituye un resultado emocional más de la correcta construcción de los principios íntimos. El profesional deberá ensanchar la calidad de principios introspectivos como son el optimismo, la motivación, la creatividad, la constancia y la autoestima, y con ello posteriormente, no solo reforzará su identidad social como periodista sino que ese proceso emocional le repercutirá favorablemente a la hora de accionarlas en el ámbito laboral. Por tanto, la calidad invertida en las raíces de los principios íntimos delimitará el resultado final del producto informativo.

Los principios sociales, tal y como recoge Óscar Herrero Conde (2016, p. 108), “están relacionados con la capacidad de trabajar en equipo y formar grupos conexionados que fortalezcan las virtudes individuales y minimicen las limitaciones comunes”. El periodista español incorpora la capacidad empática como creadora de un sentido de unidad fundamental al grupo de los principios sociales: “un individuo empático es capaz de sentir como propias las emociones de los demás, lo que impulsa la identificación humana y la pertenencia a un grupo” (2016, p. 109). Además de la empatía, capacidades emocionales como el respeto, la adaptación, la comunicación y la cooperación forman parte de esos principios sociales. Estos a su vez, repercuten en los principios públicos que relacionan periodista y audiencia como son la integridad del profesional a la hora de respetar los códigos deontológicos de la disciplina, la responsabilidad y la autoexigencia.

2.1. Definición de empatía. Fases del proceso y características

La definición referida a la capacidad de comprender las subjetividades ajenas difiere de las raíces etimológicas griegas “*empathia*” o “sentir dentro”. Es por ello que el psicólogo norteamericano E. B. Titchener, primer experto en delimitar el significado de la empatía, acuñó el término con el fin de diferenciarlo de “*simpatía*” que no implica el compartir sentimientos. Cabe recoger aquí las definiciones del concepto del empatía actual que ofrece la RAE: la primera se refiere como “la identificación mental y afectiva de un sujeto con el estado de ánimo de otro” y la segunda es “la capacidad de identificarse con alguien y compartir sus sentimientos”. El psicólogo Pablo Olmedo Carrillo (2011, p. 14) apunta una importante distinción entre dos tipos de empatía: emocional y cognitiva. La segunda, “se activa cuando somos capaces de asimilar y anticiparnos a lo que los demás piensan o hacen”, en cambio, la primera “se pone en marcha ante situaciones más emocionales agrupando estas de modo muy grosero, en emociones buenas o malas”. En palabras de

Simone (2009), la empatía cognitiva sería “comprender lo que el otro siente”, mientras que la emocional va mucho más allá en tanto “sentir lo que el otro siente”.

A fin de delimitar las fronteras de la investigación del presente análisis, a continuación vamos a realizar un breve recorrido por las fases que componen el proceso empático según el modelo de comprensión psicológico de la empatía de Reik (1949). Ello nos va a ayudar a comprender las etapas emocionales del periodista a la hora de proceder a una inmersión o en su ejercicio de cubrir informaciones diarias:

En primer lugar, observamos una fase de identificación por la que llegamos a proyectarnos en otra persona y como consecuencia, experimentamos sus emociones. En palabras de Pablo Olmedo Carrillo (2011, p. 19) nuestro interlocutor “empieza a mandarnos información a través de lo que nos comunica, de los gestos que realiza, del tono de voz que usa, de las miradas que intercambiamos”. He aquí la relevancia del gran sentido que cobra el lenguaje no verbal que, en un primer acercamiento, puede llegar a ofrecernos más información inclusive que la comunicación verbal. La intensidad con la que se reciben los mensajes dependen de la persona.

Siguiendo con la clasificación, Reik (1949) habla de la incorporación. Tras el reconocimiento de la situación ajena a la que nos enfrentamos, asumimos el estado emocional de la otra persona como si se tratara del nuestro. Va más allá de la experimentación de un sentimiento que realmente no sufrimos en primera persona pero que procedemos a su interiorización. En palabras de E. Repetto Talavera (1992, p. 42), “no sólo sentimos con él, sino que somos capaces de sentirnos a nosotros mismos dentro del otro”. Eso sí, cabe puntualizar que no podemos calificar a la empatía como una reproducción exacta del sentimiento ajeno. No hay posibilidad de sentir el mismo grado de descontrol. La capacidad emocional por tanto no se corresponde ni en intensidad ni en el orden de conducta que determina el comportamiento ajeno. De ahí que la interiorización a la que se refiere Reik (1949) esté más vinculada a la comprensión empática y al hecho de ser conscientes del estado emocional de la otra persona.

En esta segunda etapa debemos de realizar un apunte relevante a fin de completar nuestra visión sobre el objeto de estudio. Esto es, que la imaginación también juega un papel importante a la hora de aplicar una actitud empática. Atendiendo a Repetto Talavera (1992, p. 118), “son muchos los filósofos y psicólogos que describen los sentimientos empalizados como una especie de sentimientos imaginados”. Habitualmente mostramos nuestra comprensión hacia los demás con frases como “puedo imaginar como te sientes ante esta circunstancia” o “yo también actuaría así

ante tal situación”. Son expresiones que nos llevan al concepto visualización mediante el cual imaginamos qué decisiones o acciones tomaríamos si verdaderamente nos encontráramos en un estado similar. Por otro lado, la imaginación de las emociones ajenas dependerá del conocimiento que tengamos sobre esa persona. Un fracaso en la comunicación interpersonal podría entorpecer el proceso de empatía. A continuación recogemos un fragmento de Repetto Talavera (1992, p. 119) ejemplificando la necesidad de visualizar a través de un caso concreto cómo es el saber qué sienten las amas de casa de las subidas de precios:

“Es seguro que, como periodista, yo pensaré a cerca de mi conocimiento de los sentimientos de las amas de casa. Puedo pensar en el disgusto de no poder dar sus familias lo que desearía que comiesen, o de su desilusión al ir al mercado y comprobar que los productos son de inferior calidad, etc. No obstante, toda la entrevista periodística, mi pensamiento acerca de los sentimientos de estas amas de casa, mis escritos sobre sus sentimientos, etc., pueden ser realizados sin ninguna empatía, sino sólo sobre la base de lo que pienso respecto a sus sentimientos. Vemos, por tanto, que es preciso añadir algunos otros rasgos al pensamiento sobre los sentimiento del otro, para que se pueda decir que es un sentimiento empático”.

A raíz de la cita anterior, concluimos que resulta necesaria una inmersión a fin de nutrirnos de ese conocimiento que nos abrirá la puerta a la comprensión emocional. Parafraseando a Repetto Talavera (1992) podríamos realizar una crónica periodística a partir de conocimientos previos pero ello no va a implicar un sentimiento empático. La puesta en práctica profesional de esta capacidad está determinada por el hecho de que el periodista realice un visionado general de la situación, en este caso de las amas de casa, a fin de examinar unos sentimientos no asentados sobre la base de una idea previa sino bajo una actitud empática.

La tercera etapa del proceso empático recibe el nombre de reverberación. La frontera hacia este nuevo paso, según recoge Pablo Olmedo Carrillo (2011, p. 19), comienza cuando “de un modo inconsciente nuestro yo previo contrasta con la nueva vivencia”. Es la comparación entre dos realidades: una nos pertenece porque la hemos vivido y otra, que forma parte de las vivencias de un sujeto ajeno, las interiorizamos de tal forma que somos capaces de establecer importantes vínculos emocionales.

Por último encontramos la separación que quizás, desde el punto de vista periodístico, es la etapa del proceso empático que mejor define nuestra responsabilidad a la hora de construir e interpretar la realidad. La separación enfatiza en la importancia de establecer conclusiones y análisis objetivos al margen de la experiencia vivida. En este sentido cabe recordar algunas de las reflexiones planteadas

en la introducción: posterior a la fuerte experiencia de inmersión, ¿logrará el periodista volver a colocarse sobre sus zapatos a fin de atender a la retórica del distanciamiento? Y con esta última nos referimos al mayor grado de veracidad profesional posible aunque ello suponga dejar a un lado la empatía y proceder al cumplimiento de responsabilidades vocacionales como la denuncia.

Con el objetivo de completar una definición del objeto de estudio, a continuación vamos a analizar una serie de características que presentan las personas con esta capacidad emocional. No obstante, previamente debemos distinguir entre émpatas y ápatas. En el último grupo encontraríamos no solamente a colectivos de la psicopatía sino también a autistas, personas con síndrome de asperger y otras que presentan trastornos genéticos vinculados al cromosoma 15 (controla las relaciones sociales y afectivas). Podríamos definir a los émpatas como aquellas personas expuestas a reaccionar emocionalmente ante las situaciones de los demás y por el contrario, los ápatas no se posicionan en el lugar de otras personas: poseen dificultad a la hora de comprender el estado sentimental de su entorno. Por otro lado, encontramos también a los empáticos que se encuentran en un equilibrio medio entre los ápatas y los émpatas. Son personas que tienen capacidad para ofrecer consuelos a otros pero no hasta el punto de experimentar un contagio emocional.

Ahora sí, en el siguiente párrafo procedemos a describir los rasgos que presentan las personas émpatas siguiendo como modelo el ofrecido por Beatriz Montes Berges y Leandro Martínez Roca (2011, p. 35 - 36).

La primera característica que recogen de las personas émpatas es que realmente no realizan ningún tipo de esfuerzo por ponerse en los zapatos del otro, esto es, presentan gran facilidad y son capaces de vivir en alta intensidad las emociones ajenas. El segundo rasgo tiene que ver con este parámetro último mencionado: al igual que los niveles de extroversión e introversión varían de una persona a otra en función del carácter predominante, la intensidad de la habilidad empática también se presenta desde niveles que brillan por su ausencia emocional hasta extremistas. En este sentido, cabe destacar una puntualización que realizan Beatriz Montes Berges y Leandro Martínez Roca (2011, p. 36) dado que “podemos diferenciar que el émpata tendrá más capacidad para percibir las emociones de las personas más cercanas afectivamente, como son la familia y amigos, que las de personas que apenas conoce”. La intensidad del proceso empático es similar a la del oído, es decir, somos capaces de reconocer mejor aquellas voces cercanas a nosotros. Podemos concluir, de acuerdo a las autoras, que la facilidad emocional, la intensidad y el entorno con el que accionan la empatía son aspectos fundamentales de estas personas.

Parafraseando a Russell (2003), los émpatas se anticipan a las necesidades ajenas inclusive cuando estos que la sufren no son conscientes de ellas. Las personas que gozan de un desarrollo considerable de tal habilidad emocional poseen un alto reconocimiento en su entorno al apoyar las necesidades de los demás. Cuentan con una gran capacidad a la hora de intimidar con las personas hasta tal punto que “a menudo les cuesta tomar partido en una discusión de dos si no han reflexionado antes y tienen una postura propia previa que ya han racionalizado” (Émpatas. La Capacidad de sentir como la otra persona, 2011, p. 38).

Beatriz Montes Berges y Leandro Martínez Roca (2011) describen otras características de los émpatas que sintetizaremos brevemente a continuación. En cuanto a las sensaciones físicas, estas personas disfrutan de satisfacciones cotidianas como la comida, dormir o tener relaciones sexuales. Les resulta muy complicado ponerse en el lugar de los protagonistas de libros o películas por el grado de intensidad con el que experimentan la trama. Siguiendo con las características, la sencillez también forma de ellos. Disfrutan mediante la contemplación de paisajes, texturas o el sonido de la naturaleza y, de la misma forma, sufren negativamente los estímulos que no le benefician emocionalmente. Encontramos aquí en esta última puntualización el rechazo a ver imágenes en televisión desagradables.

Asimismo, el perdón también se manifiesta con mayor facilidad en los émpatas. Las relaciones sociales que mantienen poseen éxito cuando se rodean de un entorno que transmite emociones positivas, motivo por el cual, son personas orientadas a hacer el bien al reconocer con facilidad las conductas ajenas. La presencia de la habilidad emocional en otras amistades resulta fundamental para este tipo de personas. Atendiendo al aspecto positivo, la lealtad y la comprensión entre dos personas émpatas se ven multiplicadas considerablemente, no obstante, por consiguiente la intensidad del compartir sentimientos que llevan al sufrimiento también se agrava. Debemos hablar aquí, de acuerdo a Beatriz Montes Berges y Leandro Martínez Roca (2011, p. 41), de la introyección como “habilidad para percibir las emociones del otro” y por otro lado de la proyección en tanto capacidad para generalas y provocar un efecto contagio - emocional en el ambiente. Los émpatas proyectivos cuentan con una gran facilidad a la hora de transmitir emociones a otra persona, de ahí que habitualmente se conviertan en confidentes de los más cercanos.

2.2. Tras el cristal de la psicología y la neurobiología

Atendiendo a la psicología evolutiva, podemos encontrar los orígenes de la empatía a partir de una edad temprana. Desde el nacimiento, el llanto entre bebés les resulta contagioso y podríamos calificar esta reacción como el primer antecedente de la empatía. A los pocos meses parecen sentir cualquier perturbación ajena como si fueran suyas. En edades tempranas de la infancia, los niños ocasionalmente se esfuerzan por imitar la angustia de los demás como forma de comprensión. Esta situación que recibe el nombre de “imitación motriz”, constituye según Daniel Goleman (1996, p. 166), el auténtico significado técnico del término “empatía”. Una reacción que desaparece alrededor de los dos años y medio de edad cuando son capaces de diferenciar el dolor propio frente al sufrimiento de los demás.

Por otro lado, la educación juega un papel trascendental. El psicólogo Daniel Goleman (1996, p. 167) menciona una serie de estudios llevados a cabo por el National Institute of Mental Health en el que se “demostró que buena parte de las diferencias existentes en el grado de empatía se hallan directamente relacionadas con la educación que los padres proporcionan a sus hijos”. Esto es, por ejemplo, expresar mediante la educación el daño ajeno que se puede ocasionar. El entorno familiar en el que se desarrolla el niño es primordial en el proceso de estímulos emocionales. Tal y como hemos mencionado en el párrafo anterior, la imitación en edades tempranas podría ser la antesala a las capacidades empáticas y es por ello que resulta significativo la manera en que su entorno reacciona ante las emociones ajenas. Tras el cristal de la psicología evolutiva, observamos que los fundamentos de la educación son esenciales para una aplicación futura de la inteligencia emocional. El progreso de la empatía depende de la relación entre padres e hijos, donde desde la intimidad el niño comienza a vislumbrar un proceso que el psiquiatra Daniel Stern denomina como “sintonización”.

La forma y continuidad en que reflejemos nuestros propios sentimientos con el entorno que nos rodea marcarán unos niveles u otros de sintonización emocional. Se trata de un proceso que delimita el ritmo de toda relación. Desde el nacimiento, el bebé trata continuamente de buscar vínculos sensitivos con sus padres a fin de sentir una conexión emocional. Daniel Goleman (1996, p. 168) ejemplifica tal sintonización por ejemplo cuando un bebé expresa “suaves chillidos, la madre confirma su alegría dándole una cariñosa palmadita, arrullándole o imitando sus sonidos”.

La empatía se encuentra claramente relacionada con la destreza en la comprensión de las emociones ajenas. La acción se encuentra vinculada con la disposición individual a sentir, motivo por el cual, afecta a un gran abanico de actividades. Según Daniel Goleman (1996, p. 163), “su ausencia, que resulta sumamente reveladora, podemos encontrarla en los psicópatas, los violadores y los pederastas”. También el detrimento de la empatía afecta al futuro profesional y personal, abarcando desde decisiones diarias en la educación de los hijos hasta relaciones amorosas y por supuesto a la vocación. Las relaciones sexuales constituyen un estado de compenetración máximo basado en respuestas emocionalmente sintonizadas y de igual forma, pueden exteriorizar una escasa reciprocidad sentimental.

Volviendo a las edades de la infancia, de acuerdo a Daniel Goleman (1996, p. 169) el hecho de que el niño sea consciente del deseo por compartir sus sentimientos aparece a los ocho meses de edad. La falta de sintonización emocional entre padres e hijos resulta frustrante en el desarrollo del niño, tanto es así, que ante una falta de empatía de aquellos que construyen su entorno más cercano deriva en una escasa facultad expresiva. El psiquiatra Daniel Stern (1987, p. 30) escribe en su libro acerca de la influencia emocional que ejercen padres depresivos a sus hijos donde existía gran pasividad en las reacciones a las demandas del bebé: “Un niño que es tratado así aprende que, cuando está excitado, no puede conseguir que su madre se excite también, de modo que tal vez sería mejor que ni siquiera lo intente”.

De hecho, un estudio realizado por Robert Prentky, psicólogo de Philadelphia, manifestó que la violencia adulta es resultado de situaciones infantiles con escasas oportunidades para llegar a sintonizar de forma emocional. Ello produce una sensación continua de amenazas, motivo por el cual, extraordinariamente llegan a prestar en exceso una atención por los sentimientos ajenos. Inclusive muchas de las personas que han sufrido algún tipo de abuso emocional desarrollan una percepción y captación excepcional de las emociones de su entorno. Sin embargo, pese a que la educación sea un fundamento indudable, los psicólogos creen en la “relaciones compensatorias” de esas faltas de empatía tempranas. De este modo, según Daniel Stern (1987, p. 30), “cualquier posible desequilibrio puede corregirse después”. Estas afirmaciones corroboran que el periodista puede ahondar en la aplicación de la empatía puesto que es una capacidad que conlleva un proceso de aprendizaje.

Además de lo anterior, cabe puntualizar que la actitud empática está estrechamente vinculada a los juicios morales porque según Daniel Goleman (1996, p. 175) “tienen que ver con víctimas potenciales”. En esta capacidad emocional crecen las raíces de la moral y de la actitud ética. Martin

L. Hoffman (1984) habla acerca de que la empatía nos impulsa a ayudar a las víctimas más cercanas a nosotros, es por ello que decidimos compartir estados emocionales como el agobio o la frustración. De lo contrario, la incapacidad de percibir el sufrimiento ajeno que poseen algunas personas les lleva a cometer actos realmente crueles: es el caso de pederastas, violadores o maltratadores de familias entre otros. Daniel Goleman (1996, p. 179) afirma que “la falta de empatía es precisamente uno de los focos principales en los que se centran los nuevos tratamientos diseñados para la rehabilitación de esta clase de delincuentes”. El tratamiento implica el obligar al agresor a ponerse en el papel de la víctima. En este grupo encontramos también a los psicópatas que, además de la inexistencia empática, no cargan con ningún remordimiento de conciencia.

Desde el punto de vista de la neurobiología, algunos investigadores han relacionado la capacidad manipuladora con deficiencias emocionales y defectos neurológicos. Si bien, no debemos aplicar tal justificación biológica puesto que no todos los delincuentes la padecen. Parafraseando a Daniel Goleman (1996, p. 178), a día de hoy no es posible hablar de “genes criminales” al considerar la falta de empatía como un elemento más del ámbito psicológico, económico y social. Analistas de la inteligencia emocional llegaron a la conclusión de que la reacción a palabras de gran componente emocional es más indispuerta en psicópatas. Es el reflejo de una pauta fisiológica que indica algún tipo de disfunción cerebral mediante la cual no perciben las emociones que normalmente son provocadas por consecuencias de delito como el abuso sexual.

Mencionar la posición de la neurobiología con respecto a la empatía nos complementa una visión aún más completa de tal habilidad emocional. Es por ello que a continuación vamos a realizar una breve exposición sobre las denominadas “neuronas espejos”: aquellas que se activan mediante la observación de una acción concreta que lleva a cabo el ser humano. El psicólogo Pablo Olmedo Carrillo (2011, p. 134) manifiesta que “estas evidencias han sido reforzadas por el estudio de patologías tales como el autismo o la esclerosis múltiple, en las cuales debido a las lesiones de base, apreciamos menor activación de las neuronas espejo”. Ello consecuentemente lleva a disminuir la relación emocional y la capacidad empática con el entorno que le rodea.

Según queda recogido en el libro *Émpatas. La Capacidad de sentir como la otra persona* (2011, p. 134), las neuronas espejo constan de dos sistemas: parietofrontal (empatía cognitiva) y el espejo límbico (empatía emocional). Consideramos que no resulta de gran trascendencia para la presente reflexión señalar específicamente las particularidades de la empatía según las regiones cerebrales en la que se sitúa. No obstante, sí debemos recalcar que el sistema de la empatía cognitiva se activa en la realización de la acción y en la observación. Por su parte, con respecto a la distribución de la

empatía emocional y activación del sistema apenas se encuentran estudios. La imaginación juega un papel esencial en la activación del espejo límbico, por ejemplo, cuando una persona nos está contando una situación de desesperación somos capaces de imaginarnos sus expresiones faciales y el comportamiento que asumiría.

3. ¿Periodismo de la empatía?

Teniendo en cuenta que existen profesiones para las que se precisan ciertos niveles empáticos más elevados que en otras, ¿puede una persona con ciertas faltas empáticas ejercer correctamente el periodismo? El planteamiento es importante dado el gran poder de influencia con el que cuentan los medios de comunicación de masas.

Debemos mencionar a los estudios de Redfield (1955), los cuales consideran la empatía como una capacidad emocional necesaria para comprender y afrontar los estudios humanistas de las múltiples culturas. La percepción del autor resulta interesante en tanto que, tal y como recoge el psicólogo Pablo Olmedo Carrillo (2011, p. 17), “para conocer a fondo una cultura no basta con sumergirse en esa cultura, sino que una vez culminado dicho proceso, debe abstraerse del mismo y analizar desde el punto de vista personal, al margen de dicha experiencia vivida, con el fin de establecer un análisis objetivo”. La afirmación de Redfield constituye una clara vinculación entre el corazón de la veracidad periodística y la práctica de la empatía. El periodismo de calidad no implica únicamente el proceso de inmersión, ya sea en una cultura o a la hora de entrevistar a una fuente, sino que el periodista debe realizar una tarea de meditación y construcción de la percepción al margen de los niveles empáticos vividos. Una postura, no obstante, que tiene que ver más con la corriente de la prensa informativo - anglosajona, contraria al periodismo narrativo que tratamos más adelante.

La capacidad de sentir como la otra persona se encuentra estrechamente relacionada con una cuestión fundamental para el periodismo: lo implícito del lenguaje no verbal. Robert Rosenthal, psicólogo de la universidad de Harvard, llevó a cabo un examen efectuado a más de siete mil personas en Estados Unidos con el objeto de delimitar los niveles de empatía o el PSNV (perfil de sensibilidad no verbal). El test consistía en un vídeo que desafió a definir las emociones de una persona exclusivamente a través de diferentes canales de comunicación no verbales como pueden ser el movimiento corporal, gestual o la expresión facial. La profesionalidad del periodista intelectual conlleva este ejercicio diario. Las joyas informativas de nuestra disciplina se hallan precisamente ahí, en el terreno de lo implícito, en lo que se ve y se oculta, en lo obvio y lo obviado.

Podemos decir que el éxito del periodista intelectual radica en el esfuerzo por una continua familiarización de las señas faciales y en el saber reconocer la sutileza de los mensajes gestuales. Y todo porque en cualquier género periodístico pueden llegar a ser incluso más relevantes que las propias palabras.

Lo implícito por tanto, es aquello que se dice también junto con lo que se está diciendo pero no se dice materialmente, se sugiere y se insinúa (se contiene en lo que se está diciendo). Y estas referencias, no reflejadas verbalmente, constituyen pistas esenciales a la hora de interpretar una determinada realidad. En cuanto a lo implícito, podemos hablar de la economía discursiva como principio básico de ocultación mediante la cual, por diferentes circunstancias, no se llega a transmitir la totalidad de la información. Aquí debemos diferenciar dos posiciones básicas: por un lado, el periodista como productor de la información con el fin de satisfacer un servicio público y por otro, el profesional como destinatario de datos e intérprete de la realidad. Desde la óptica de esta última situación, la calidad del producto informativo final dependerá de la ambición del profesional en la ejecución de un periodismo de calidad. Así, como hemos mencionado en los apartados anteriores, el condicionante de excelencia informativa tiene que ver entre otras causas con el ser intelectual. Aparece de nuevo la diferencia entre el periodista - robot y aquel que indaga por vocación en los orígenes de lo implícito con un motor inconformista indudable. Por esto los periodistas debemos ser empáticos, porque ante ruedas prensas de tiempo escaso y de discursos claramente premeditados, tenemos el deber no solo de sumergirnos a la lectura entre líneas sino a reconocer el universo de lo no verbal.

La economía discursiva es comprensible atendiendo a la alta manipulación que como periodistas captamos desde diferentes sectores de la sociedad y a las delimitaciones formales e informales a la hora de presentar la información. Precisamente por ello debemos desarrollar la inteligencia emocional ya que la empatía contribuye a que como profesionales capturemos las pistas que merecen ser objetos de investigación. Acudiendo a la tradicional teoría del iceberg, la zona visible se sostiene sobre una base no observable y esta puede ser en buena parte descifrada gracias a la captación de emociones ajenas. Antoine de Saint - Exupéry decía que “sólo se puede ver correctamente con el corazón; lo esencial permanece invisible para el ojo”. La mirada del periodista debe asentarse detrás del telón, lejos de lo intencionadamente visible para tratar de interpretar todo aquello que se expresa sin verse y que también forma parte de lo que se está transmitiendo.

Las tareas de procesamiento de la información implican que el periodista intelectual decida enfrentarse diariamente a discursos y datos preseleccionados que, al igual que ocurre con el

redactor, van encaminados a lograr unos objetivos concretos. Se tratan de fines cuyos contenidos se encuentran vinculados al comportamiento ético - moral de cada individuo y profesión en cuestión. Referente a ello, en la metáfora del iceberg encontramos una zona que podríamos denominar como implícitos técnicos, que sería el contenido visible del mensaje, y otra a la que llamamos implícitos estratégicos al ser informaciones que se ocultan de forma intencionada e influyen en el mensaje. La vocación periodística reside más en lo insinuado que en lo explícito. Y la empatía, como capacidad traductora de los sentimientos ajenos, puede ayudarnos a fijar nuestra mirada en lo verdaderamente trascendente para la sociedad. El discurso de lo no verbal resulta de gran relevancia para el periodismo. El psicólogo Daniel Goleman (1996, p. 164) afirma:

“Cuando las palabras de una persona no coinciden con el mensaje que nos transmite su tono de voz, sus gestos u otros canales de comunicación no verbal, la realidad emocional no debe buscarse tanto en el contenido de las palabras como en la forma en que está transmitiendo el mensaje”.

Elementos como el tono de voz, la brusquedad de un gesto o un simple levantamiento de cejas resultan ser mensajes emocionales que se captan de forma inconsciente. Decía Peter F. Drucker que “los verdaderos oyentes empáticos hasta pueden oír lo que se dice en el silencio. Lo más importante en la comunicación es oír lo que no se están diciendo”. También Daniel Goleman (2013, p. 121) manifiesta que “un ojo que sepa reconocer las pautas sutiles es muy beneficioso en muchos aspectos de la vida”.

Desde el punto de vista del periodista, desarrollar la empatía y la inteligencia emocional en general nos permite aumentar nuestra capacidad para reconocer los movimientos de nuestras fuentes. Hablamos por ejemplo de un reconocimiento de significados faciales como el levantamiento de cejas, la trayectoria de una mirada o la inclinación de la cabeza. Las palabras que recoge Daniel Goleman (2013, p. 122) de Justine Cassell, directora del Institute of the Human - Computer Interaction de la Universidad Carnegie-Mellon, suponen una reconfirmación a la importancia que debe prestar el periodista al discurso no verbal: “Los gestos siempre ocurren poco antes de la parte más enfatizada de lo que uno está diciendo”. La cuestión nos lleva a reflexionar acerca de la base informativa sobre la que se sustentan las noticias. En este sentido, en ocasiones las señas que nos ofrece lo implícito debe prevalecer por encima de lo explícito a la hora de comunicar ciertas noticias al espectador o, atendiendo a los recursos audiovisuales de la sociedad actual, construir relatos narrativos capaces de captar tales guiños sutiles trascendentes capaces de sostener o no el propio discurso explícito. La lectura emocional de lo implícito o gestual pertenece al círculo de la empatía cognitiva.

Pero, ¿por qué realmente hemos definido el apartado como un “periodismo de la empatía”? ¿Puede la inteligencia emocional aplicada al periodismo dar un giro a la sobresaturación informativa de hoy en día? A fin de responder a las cuestiones planteadas, a continuación procederemos a explicar los pilares fundamentales que proporcionan la empatía al periodismo y que son indispensables a la hora de construir una cobertura informativa de calidad.

3. 1. La utilidad de la identificación

En el programa *A vivir* de la *Cadena Ser*, Mariangela Paone reflexionaba acerca de la problemática de los refugiados y su recepción por parte de la audiencia. La periodista invitada afirmaba que era necesario establecer un vínculo emocional con el lector a fin de captar cuotas de calidad que compensaran los esfuerzos invertidos a niveles de cobertura informativa. La respuesta a la inversión tiene que ver con el logro de una identificación en el público receptor. Hablamos de informar de historias veraces capaces de crear un vínculo emocional, cuyos objetivos de proyección no sean meramente sentimentales, sino que nutran de conciencia a la ciudadanía. Mariangela Paone informó acerca de la dura realidad de los refugiados en el campo de Idomeni mediante el testimonio de varias madres a las que les era imposible amamantar porque no comían lo suficiente. Tras la intervención de la periodista, Javier del Pino afirma que “la mejor manera de explicar una información es a través de las historias de las personas que lo protagonizan”. También la periodista Adela Úcar afirmó en una conferencia *TEDx* con respecto a su programa *21 días pendientes del desahucio* que recibió numerosas llamadas de madres que querían ayudar a las personas que aparecían afectadas en televisión, todo ello pese a que no se encontraran en la misma situación.

La identificación siempre es efectiva aunque su utilidad también puede ser una forma de manipular a la audiencia: hablamos de la selección de historias de acuerdo a los intereses de un medio de comunicación en particular. En otras palabras, es la decisión de publicar testimonios que favorecen únicamente a las preferencias editoriales del medio o que actúan en favor de una línea de pensamiento que distorsiona la realidad. Es por ello que Mariangela Paone habla acerca de que la identificación con los protagonistas de las historias cobra mayor utilidad y profesionalidad cuando se aplican a problemáticas que ya han recorrido una gran cobertura informativa. En definitiva, hablamos de una estrategia a fin de mantener viva la conciencia ciudadana sobre un tema preocupante.

No obstante, aparece aquí uno de los primeros debates que remite al título de la investigación “La empatía del periodista: un arma de doble filo”. ¿Es moral utilizar la imagen del pequeño Aylan Kurdi muerto a las orillas de una playa turca? ¿Hasta qué punto usamos a alguien con el objetivo de concienciar a la sociedad? Numerosas organizaciones apoyaron la publicación de Aylan con la esperanza de que Europa actuara con medidas políticas y sociales convincentes ante la dramática situación. Por otro lado, una sobredosis de carga empática en la fotografía creó un gran rechazo ciudadano. El día que numerosos periódicos sacaron en portada el cuerpo de Aylan, una gran mayoría de mensajes en redes sociales iban orientados al descontento ante la imposibilidad de no ver la muerte del pequeño.

A raíz de la reflexión anterior resulta de gran importancia conocer los límites de la empatía en la información. ¿Podemos decir que la difusión fotográfica de Aylan Kurdi ha provocado una trascendencia a nivel político y social? En los días posteriores a su publicación, a nivel nacional el Gobierno amplió el cupo de asilo de refugiados en España a 14.931 personas, sin embargo, en febrero de 2016 solo habían conseguido llegar 18 refugiados. A pesar de los cambios que comenzaron a vislumbrarse tras el drama de Aylan Kurdi, en marzo de 2016 el acuerdo entre la Unión Europea y Turquía cerraba la ruta de los refugiados. Las deportaciones aminoraron de nuevo la voluntad para ofrecer asilo a este colectivo que, aún en nuestros días, sigue huyendo del horror de la guerra. Y por otro lado, ¿la publicación del pequeño se ajusta a normas deontológicas o teleológicas? La moral profesional es fundamental a la hora de delimitar las fronteras de la empatía a fin de no sobrepasar aquello de “el fin justifica los medios”.

El debate provocó que la prensa española argumentara el por qué o no de la publicación de la fotografía. Los motivos a favor de su difusión estaban ligados a razones de concienciación social y a mostrar la gravedad del drama de los refugiados. Así, algunos medios de comunicación como *El Periódico* de Cataluña, decidieron bajo el título del artículo “Por qué publicamos la foto” explicar los motivos de su difusión. Su director, Enric Hernández, argumentaba la función social del periodismo y el derecho de la sociedad a conocer las tragedias de los refugiados. Además de ello, el periodista estaba a favor de su difusión “para que los ciudadanos, informados con veracidad y rigor, decidan si les piden cuentas o si, en silencio, se hacen cómplices de su inmovilismo”. Entre los efectos buscados tras su publicación encontramos el lograr una implicación emocional por parte de la audiencia. Es una forma de responsabilizar la conciencia ciudadana.

Pese al gran debate alrededor de la fotografía Adbullah Kurdi, el padre del pequeño Aylan, manifestó su aprobación a la difusión de la imagen: “Fue correcto publicar esa foto. La gente no

puede mirar para otro lado ante los horrores que ocurren en el camino hacia Europa sólo porque no nos quieren dar un visado”. Estas declaraciones fueron recogidas por el periódico alemán *Bild* y reiteradas por *El Mundo* que también se vio obligado a explicar la publicación de Aylan Kurdi. ¿Era necesario que la imagen del pequeño penetrara en la conciencia de la sociedad para aumentar la empatía hacia este colectivo? El día que la opinión pública descubrió la fotografía de Aylan Kurdi seguramente muchos padres mirarían por unos segundos con otros ojos a sus propios hijos. A esto nos referimos cuando decimos que la identificación es producto de la empatía y la utilidad está precisamente ahí, en un aumento considerable de la compasión hacia la gran vulnerabilidad que sufren los niños refugiados. Por último, debemos recalcar que la intensidad de la empatía en las muertes lejanas es menor en relación al impacto que nos genera las tragedias más cercanas. Ello nos lleva a pensar que la fotoperiodista turca Nilüfer Demir quiso capturar el horror del escenario a fin de causar gran conmoción al mundo.

Además del cuestionamiento moral y ético-profesional que despierta la publicación del pequeño refugiado, podríamos ubicar también la instrumentalización del sensacionalismo en ese “doble filo” peligroso de la práctica de la empatía. ¿Es el sentimentalismo sinónimo de sensacionalismo? La respuesta a estas cuestiones las trataremos más adelante conforme avancemos en el desarrollo de la reflexión teórica.

3.2. Empatía como búsqueda de enfoques creativos y formas de construir la realidad novedosas

Ante la sobresaturación visual de la actualidad, ser periodista implica llevar a cabo un esfuerzo por lograr nuevos caminos de transmitir la realidad aún siendo fieles a la interpretación de la misma. En definitiva estamos sosteniendo que ser empáticos es ser creativos, esta habilidad última se encuentra vinculada al espacio y tiempo con el que cuenta el profesional. Esto es, la intensidad en los niveles de interacción con nuestra fuente serán mayores cuanto más tiempo podamos dedicar al intercambio de temas u opiniones. Empatizar es por tanto, construir la realidad una vez inmersos en un ambiente participativo e interactivo reconocible.

Según Luis Arnal, presidente y co-fundador de INSITUM que se trata de una empresa de consultoría en innovación líder en América Latina, “el grado de creatividad que necesitas para resolver cierto tipo de problemas crece en medida que este se vuelve más complejo”. Las palabras de Luis Arnal formuladas en una conferencia de *TEDx* son aplicables al periodismo. Antiguamente

la competencia de periódicos como *El Mundo* correspondía a otros grandes medios de comunicación importantes de nuestro país como *El País*. En la actualidad, el futuro de la información se enfrenta a un panorama de gran complejidad con el gigante de Internet y la continua sobrecarga de datos. Por ello, tal y como afirma Luis Arnal, como periodistas necesitamos una intensificación de nuestra capacidad creativa, nuevas formas de reflejar la empatía para también de atraer la atención del público.

El co-fundador de INSITUM explica en la conferencia de *TEDxCalzadaDeLosHéroes* una situación que le hizo reflexionar acerca de las motivaciones que impulsan la creatividad. Un equipo de consultores trabajaban en un proyecto innovador para mejorar la vida de los pacientes con cáncer. Aquello que mantenían los esfuerzos del grupo no era otro que unas de las estrategias de investigación que habían empleado semanas atrás: “sentarse con pacientes de cáncer durante dos horas en sus casas, hablaron con médicos y entendieron cómo funciona el sistema de salud de México”. En definitiva, la creatividad de estos consultores no solamente se mantenía viva en tanto que habían dedicado tiempo a escuchar las historias de los afectados sino que en el lugar de trabajo estaban rodeados de fotografías de estas personas. Luis Arnal manifiesta que “la motivación que tienen es trabajar para mejorar la vida de los pacientes y eso es lo que les permite generar mejores ideas”. De ahí que la clave para potenciar la creatividad sea la empatía, el hecho de conocer y pasar tiempo con el paciente les estaba llevando a ideas extraordinarias.

Debemos remarcar que ese plus de esfuerzo ni siquiera iba destinado al trabajo de la empresa, se trata de lo que Luis Arnal denomina como “incentivos intrínsecos”. La motivación es mejorar la vida del colectivo que sufre de cáncer. Siguiendo con Luis Arnal, “la empatía significa entender profundamente lo que hace feliz, lo que entristece a esa persona, las necesidades, es observar a esa persona en ese contexto real” y a partir de ahí, sacar conclusiones que explican el por qué de los sentimientos particulares del colectivo. El grado de empatía marca la diferencia entre una persona con buenas ideas y otra con proyectos innovadores extraordinarios. Podemos extrapolar la situación que describe Luis Arnal al periodismo: a la hora de tratar con nuestras fuentes, construir información y generar nuevas formas de llevarla al público.

La imaginación es altamente eficaz en el momento en que empatizamos con las personas dado que deseamos el beneficio para esta. De igual forma, ello es aplicable no solo en cuanto a realizar nuestro trabajo con las fuentes sino de cara a la ciudadanía que va a recibir la información. La empatía genera un efecto multiplicador. Aparece como periodistas un deseo de entablar una conexión emocional con nuestro público que a la vez empatice con la problemática que tratamos o

la situación en la que se encuentra una fuente en concreto. Todo porque la sentimos, somos conscientes del telón que reviste la noticia que publicamos y comprendemos la necesidad de que sea publicada. Tal y como afirma Luis Arnal, “la persona más creativa y más innovadora es aquella que llega a su límite a través de la empatía”. En otras palabras podemos decir que la empatía convierte personas creativas: “si no invertimos capital emocional, jamás podremos generar las soluciones creativas que requiere este mundo” y los periodistas tenemos la responsabilidad social de transmitir información mediante esas nuevas formas de contar historias que atraigan la atención del público en favor de una sociedad mejor.

3.3. Empatizar es compartir en una sociedad individualista

Roman Krznaric en su libro *¿Cómo iniciar una revolución de empatía?* habla acerca de que esta habilidad emocional es el antídoto que necesitamos frente al egocentrismo de nuestros días. La empatía puede llegar a producir cambios sociales radicales, es una revolución cuyo corazón late a través de vínculos emocionales. El filósofo contemporáneo Roman Krznaric declara en una conferencia de *TEDx*:

“Tenemos una creciente división social a nivel mundial. En dos tercios de las naciones occidentales, la distancia entre ricos y pobres es mayor ahora que en 1980. Al mismo tiempo más de un billón de personas en el mundo viven con menos de un dólar al día. La empatía es el antídoto capaz de erradicar una mentalidad tóxica de enfrentamiento entre sociedades y clases.”

La empatía es un pegamento social. Hablamos de una revolución en las relaciones humanas en tanto que los émpatas actúan incrementando los niveles de cooperación social. Proporcionar e incentivar a la práctica de tal habilidad emocional a las nuevas generaciones podría llegar a erradicar numerosas problemáticas de nuestros días, por ejemplo, disminuirían los casos de bullying en los centros educativos. Debemos puntualizar un aspecto de gran relevancia del que quizás no estamos siendo conscientes: la base de la empatía no es otra que respetar la dignidad de las personas por el hecho de serlas. La empatía dignifica las vidas de los seres humanos, crea un sentido de unidad y favorece una interacción social basada en el respeto mutuo. De ahí que hayamos señalado que supone una verdadera revolución en cuanto la convivencia como sociedad. Invertir en inteligencia emocional significa enseñar en el respeto de los valores y derechos fundamentales y determina el comienzo de un proceso capaz de crear cambios sociales importantes.

Centrándonos en nuestra disciplina, la acción de compartir facilita la creación de vínculos emocionales que son de gran ayuda para la realización de entrevistas e investigaciones periodísticas. Al dejar al margen prioridades propias estamos accediendo a los intereses de la otra persona y como consecuencia, entablamos una conexión social de confianza. Dignificamos aquello que nos cuenta una fuente porque nuestra atención está centrada e implicada completamente en sus declaraciones. En palabras de Daniel Goleman (2003, p. 130), “la empatía depende del músculo de la atención ya que, para sintonizar con los sentimientos ajenos, es preciso conectar con los signos faciales y vocales y otras inducciones de sus emociones”. Roman Krznaric, asesor de las Naciones Unidas, declaró en una conferencia de *TEDx* que “si tú te enfocas atentamente en los sentimientos y necesidades de alguien más, lo cual es empatizar con él o ella, eso aumenta tu preocupación moral con ellos y te motiva a tomar acciones en su nombre”.

La afirmación del filósofo nos lleva a añadir un factor más a la acción empática del compartir: la atención. Enfocarnos con cada una de nuestras fuentes para sacar lo mejor de ellas y así construir una información de calidad requiere un esfuerzo que muchos no están dispuestos a asumir. La cuestión es decisiva en dos sentidos: por un lado, siendo periodistas - productores debemos enfocarnos en las necesidades informativas de la ciudadanía e intentar ser correspondidos en el grado de atención que invertimos y por otro, siendo periodistas - intérpretes de la realidad resulta esencial que nuestras fuentes sientan la importancia que le otorgamos. Estamos dignificando el tiempo que estas nos dedican. Hablamos de una necesidad profesional puesto que hoy en día el periodismo sin atención supone una pérdida de tiempo y lo más interesante, la empatía es una forma de generarla sin caer necesariamente en un auténtico descontrol sensacionalista.

Pero aún hay más. Dejando al margen que la empatía aumenta la cooperación frente al individualismo del mundo contemporáneo, crea vínculos emocionales relevantes en términos profesionales y dignifica la atención que proporcionamos a las fuentes: compartir nos concede autoridad. Estamos ante una de las grandes claves del que hemos denominado “periodismo de la empatía”. A lo largo de la historia, ¿cómo han logrado numerosos periodistas - intelectuales gozar de una seguridad profesional impecable? ¿Cuál es la clave para poseer un discernimiento interpretacional considerable de la realidad? En otras palabras, ¿cómo conseguimos seleccionar con certeza las formas de construcción de un texto periodístico a fin de causar los efectos deseados?

Con el objeto de responder a la última reflexión, debemos ser conscientes de que cada género informativo ejecuta un impacto determinado. Las estructuras informativas son similares a las funciones específicas que realizan las herramientas de un albañil. Todas estas fueron creadas con el

propósito general de arreglar diferentes materiales pero cada una de ellas desarrolla un cometido concreto que las diferencia del resto. La decisión que le lleva a escoger una herramienta u otra radica en el conocimiento adquirido en su especialización, al igual que ocurre con los géneros periodísticos. El reconocimiento certero tanto de la realidad introspectiva como externa que rodea a las fuentes, para lo cual es necesario compartir una interacción empática, nos concede autoridad para hablar de ellas y tomar decisiones en su nombre. En realidad estamos hablando de la inmersión periodística, especialización que tratamos en los siguientes epígrafes conforme avance la investigación.

Definitivamente dedicar tiempo y atención emocional a las fuentes nos otorga a los periodistas suficiente autoridad para interpretar tales problemáticas. A ello se refería Roman Krznaric en la conferencia de *TEDx* con “te motiva a tomar acciones en su nombre”. Hay una preocupación moral que emerge a causa de un vínculo emocional y provoca que seamos hábiles en discernir los posibles caminos periodísticos (relacionado con la creatividad) a tomar con el objetivo de exponer soluciones o denunciar una problemática determinada.

3.4. Curiosidad y empatía van de la mano

Además de que la curiosidad es imprescindible en la personalidad del periodista también a nivel profesional es una cualidad que rompe con nuestros propios prejuicios. Y esto último es fundamental con la disposición que debe adquirir el periodista a la hora de sentarse a hablar detenidamente con sus fuentes. Los prejuicios son barreras que rebajan la calidad de la información en tanto que son preconcebidos, meditados y no han sido sometidos a un proceso empático.

La empatía en el periodismo implica la disposición a esforzarnos por liderar diálogos con personas totalmente diferentes a nosotros. Inclusive, podríamos decir que contemplamos la cumbre profesional del periodista cuando tratamos de comprender, que no significa compartir sus actos, los zapatos sobre los que caminan nuestros enemigos. Pueden tratarse por ejemplo de personalidades que han causado un gran daño en la sociedad como pederastas o asesinos. Ante este panorama, la curiosidad intrínseca en la mente del periodista no va a ser suficiente y es por ello que hablamos de un esfuerzo por construir una información de calidad que va a necesitar irremediamente de una disposición. En este sentido, de acuerdo a María Angulo (2014) los actos de empatía figuran según diferentes niveles de acercamiento con las fuentes:

“La presentación en público siempre debe ser de igual a igual, salvo que se trate de un ser poderoso, que entonces (se) subordina toda la empatía en lugar la conexión directo entre el cronista y el lector, normalmente por medio de la ironía, por la que cronista y lector comparten información reservada, y aquel le concede a este el poder de descifrar el sentido último. De no ser así, lo frecuente es que se busque el trato horizontal con el otro”.

El desarrollo del objeto de estudio nos está proporcionando un mapa empático cada vez más interrelacionado entre sí: el esfuerzo en disposición por comprender a fuentes desiguales nos cede autoridad para delimitar profesionalmente estrategias asertivas de cambio social. Ello nos lleva desde la perspectiva personal a incrementar nuestros niveles de tolerancia porque supone un desafío a la superficialidad de los juicios rápidos y a los estereotipos. Por añadidura, como periodistas repercute en que no seamos selectivos o nos delitemos a una posición dominante, de lo contrario, la empatía nos supone una apertura a atender multitud de opiniones diferentes: un incremento de las oportunidades para construir un mapa social más exhaustivo.

Sin embargo, debemos asumir que ciertas preconcepciones que cargamos en el acercamiento a una determinada realidad son inevitables. En su libro *La Opinión Pública*, W. Lippmann escribe:

“Nuestra opinión pública está en contacto permanente con sentimientos de todo tipo: ambiciones, intereses económicos, animosidades personales, prejuicios raciales, sentimientos de clase... Todos estos factores distorsionan de muy diversas maneras lo que leemos, pensamos y decimos, así como nuestro comportamiento”

Esto es, como sujetos que desarrollamos un servicio ciudadano, contamos con ciertas influencias que llegan a distorsionar nuestra manera de informar acerca de la realidad. En otras palabras diremos que es inexistente una disposición pura, sin prejuicios, tanto a la hora de recibir información como en la construcción de mensajes. La profesora de la Universidad de Zaragoza, María Angulo, realiza una entrevista al periodista argentino Martín Caparrós que aparece transcrita en su libro *Crónicas y miradas*. La autora le pregunta acerca de un fragmento de su libro *Níger* en el que narra las luchas del hambre:

“Creo que este proyecto empezó acá. Fue hace unos años, un día, en uno de estos pueblos, sentado con Aisha sobre una alfombra de mimbre delante de la puerta de su choza, cuando ella me contaba sobre la bola de harina de mijo que comía todos los días de su vida y yo le pregunté si realmente comía esa bola de mijo todos los días de su vida y tuvimos un choque cultural:

- Bueno, todos los que puedo, sí. A veces no tenemos”.

El aspecto que extrañaba a Martín Caparrós era si realmente se alimentaba de la misma comida todos los días. Aquí nos encontramos con un claro choque cultural, fruto del desequilibrio entre dos mundos: aquel que cuenta con el privilegio de elegir qué comer, y aquel cuyas ansias no son otras que satisfacer el hambre. La disposición preconcebida del periodista Martín Caparrós, sujeto influenciado por la cultura dominante, le lleva a fijar su foco de atención en aspectos que, a instancias de la realidad que examina, no figuran en la mente de sus fuentes. De ahí que sea imprescindible el esfuerzo del periodista por tratar de mitigar las preconcepciones culturales, sociales e ideológicas que le impidan abarcar la máxima diversidad de su investigación. María Angulo habla de una especie de “realismo intransigente”, es el periodista que cuestiona y reflexiona lo socialmente asumido, expresa en contra de sus propios estímulos y el motor de su empatía proviene del inconformismo. Por ello, la interrogación es un arma que aumenta nuestra disposición. Al respecto escribe la autora en *Crónicas y Miradas*, “es un arma que permite al cronista explicar su duda acerca de la existencia del hecho puro, que puede describirse objetivamente”. Sin embargo, la procedencia cultural y sus estereotipos también cuenta con ventajas, así lo explica Martín Caparrós en la entrevista que le realiza María Angulo (2014):

“Insisto en creer que si yo estoy en Madagascar, como fue el caso la semana pasada, si soy francés, soy la colonia, la baguette, el foie-gras... Si soy americano, soy la potencia..., si soy chino, soy la amenaza de los que están comprando todo... si soy inglés, otra cosa y no solamente para ellos. Son países que tienen formas muy fuertes de mirar el mundo y también hay países que tienen formas muy fuertes de no mirarlo, como España por ejemplo. Pero frente a eso, ser argentino es muy poca cosa. Es más, te da una posibilidad de empatía, de mezclar los insumos. Como argentino yo tengo una cantidad de insumos culturales europeos, norteamericanos y a la vez puedo empatizar con un país jodido”.

The parents circle es una organización formada por más de 600 padres que han sido víctimas del conflicto palestino-israelí. El objetivo esencial es mostrar que es posible una reconciliación entre ambos pueblos a través del diálogo. Es por ello que una de las iniciativas de la ONG ha sido la creación de una línea telefónica denominada *Hello Peace* mediante la cual palestinos e israelíes pueden intercambiar opiniones e incrementar la empatía. El proyecto de cooperación internacional en Oriente Medio que trabaja a favor de la reconciliación contempló más de un millón de llamadas en los primeros cinco años de la iniciativa. Sin duda alguna, curiosidad y empatía han sido los propulsores motivadores de la organización *The parents circles* y la aparente simpleza de que palestinos e israelíes hayan querido por voluntad propia entablar una conversación ya supone un gran cambio particular que tiende a lo social.

3. 5. Las nuevas tecnologías de la comunicación son oportunidades empáticas

La sociedad de la información del siglo XXI se rige por los efectos de la era digital que se intensifican a mayor implicación y añadido emocional. Por ejemplo, las continuas luchas por la esclavitud del siglo XVIII fueron impulsadas a través de la tecnología por excelencia: la imprenta de la época. Gracias a la publicación de miles de carteles, líderes activistas lograron asentar en la conciencia social la necesidad de combatir contra la trágica realidad del tráfico de personas. La utilización de la imprenta insertó una petición masiva que condujo a la abolición de la esclavitud. Actualmente nuestra tecnología va mucho más allá, llevando la interacción entre millones de usuarios y la inmediatez a límites realmente sorprendentes. La magnitud de los tiempos digitales está causando innumerables debates sobre los nuevos obstáculos informativos en Internet pero, ¿qué vinculación encontramos exactamente entre la empatía y la tecnología?

Cuando afirmamos que estamos inmersos en la era digital también estamos reiterando que nos hallamos en una sociedad que idolatra lo visual. Indudablemente, el desarrollo como seres humanos en un entorno complementemente tecnológico está provocando, dejando a un margen los beneficios que ofrece Internet, un gran déficit de atención general. Las nuevas generaciones son seres digitales que precisan cada vez más de un factor visual motivador que concentre su interés. La hiperestimulación a la que estamos sometidos es una realidad inducida por tres elementos definidos por la luz, el movimiento y el sonido. Por añadidura, tal y como afirma Elena Neira (2015), “decimos que vemos la tele pero tenemos la mirada clavada en el móvil y nuestra atención no se centra, exclusivamente, en su pantalla”. Es decir que a la necesidad de una hiperestimulación le sigue una especie de sobredosis persuasiva que descentraliza continuamente nuestra atención. Estamos hablando de que la innovación tecnológica nos expone a una conectividad absoluta y a una navegación web escasamente restringida que está alterando las capacidades humanas. Y aquí nos referimos evidentemente a cualidades ligadas a nivel cognitivo pero también a instancias sociales y sobre todo, emocionales. Necesitamos ver para sentir.

Por otro lado, la afirmación de la profesora española Elena Neira nos lleva a reflexionar acerca de que la conectividad que mantenemos en una multitud de plataformas crea relaciones meramente superficiales. Existe una gran dificultad para intimar socialmente en redes sociales. Pese a los perfiles que construimos en Internet por Instagram, Twitter o Facebook, participamos desde un

anonimato social considerable frente a las relaciones interpersonales que podemos entablar cara a cara.

Entonces, ¿por qué decimos que las tecnologías son oportunidades empáticas? En primer lugar debemos de tener en cuenta el fenómeno de la hipertextualidad y del multicódigo que provocan un aumento de la relación empática entre usuarios y esta es aprovechada por periodistas. La respuesta a la cuestión que se plantea es un simple resumen de lo expuesto anteriormente: la empatía en Internet se intensifica por lo visual (vídeos, fotografías e imágenes), y es tan tremendamente persuasiva que nos impulsa a compartir contenidos con nuestros contactos digitales a fin de crear, mostrar y buscar vínculos emocionales y por último, promueve una conexión sentimental en favor de una causa o de un aspecto concreto, es decir, va más allá de la superficialidad. El empleo de la empatía a nivel informativo puede transformar el panorama comunicativo de Internet dado que mediante ella abogamos por un enfoque de atención del usuario. En este sentido cabe preguntarnos, ¿los métodos empáticos que podemos usar para captar el interés de un público digital masivo son éticos? Vislumbramos aquí otra pincelada en la empatía es un arma de doble filo, tema que tratamos en el epígrafe cuatro.

3. 6. El esplendor máximo de la empatía es la inmersión periodística

El eje de la investigación que se presenta radica en esta última puntualización: la base fundamental del periodismo de la empatía se ubica en la inmersión profesional. Si pidiéramos a un grupo de personas una definición de empatía probablemente sería la de “ponerse en los zapatos de otro” o “colocarse en el lugar de otra persona”. Atendiendo al sentido literal de las definiciones más tradicionales, ¿lograríamos así elevar al más alto nivel nuestra habilidad empática? Evidentemente el telón de fondo que se oculta tras la cuestión no es otro que la inmersión: el experimentar de la manera más real posible una situación concreta que es ajena a nosotros y totalmente diferente. De esta forma, ¿podríamos como periodistas llegar a comprender la realidad o el estado que rodea a una fuente, su mentalidad en general y el por qué de las acciones que lleva a cabo con mayor exactitud? Entonces, ¿se encuentra el sentido de la objetividad periodística en las técnicas de inmersión?

Una organización llamada *Diálogo en la oscuridad* proporciona a los asistentes la experiencia de sentir las limitaciones reales a las que se enfrentan las personas ciegas. Durante una hora, los visitantes deben desenvolverse en una habitación completamente a oscuras con la ayuda de un guía

ciego. La inmersión provoca que estas personas conozcan qué se siente realmente y experimenten una parte de las dificultades diarias que afrontan las personas con limitación visual. Los efectos extraordinarios provocados en la conciencia de los visitantes ha impulsado a la organización a más de treinta países. El psicólogo Roman Krznaric define en la conferencia de *TEDxAtenas* a la iniciativa de *Diálogo en la oscuridad* como una especie de “aventura experimental para expandir nuestros círculos de preocupación moral”.

El diccionario de la Real Academia Española define el concepto de “inmersión” como la “acción de introducir o introducirse plenamente alguien en un ambiente determinado”. Sin embargo, periodísticamente hablando ¿podemos llamar inmersión a la experiencia que sienten los visitantes de la organización *Diálogo en la oscuridad*? A la pregunta responderemos más detenidamente en el siguiente epígrafe titulado “periodismo de inmersión” pero antes, recogemos aquí a modo de conclusión esquemática, los ingredientes necesarios que deben intervenir en el que hemos denominado como “periodismo de la empatía”:

- Tiempo para el diálogo. En *A vivir de la Cadena Ser*, la periodista Mariangela Paone afirma que “empatizar con el que tienes delante quiere decir que no le puedes poner un micro a los dos segundos de presentarte o sacar una libreta”. Esto no es compatible con las tareas que desarrollan los periodistas - robots que mencionábamos al comienzo de la investigación.
- Creatividad en nuevas formas audiovisuales y narrativas de construcción informativas a objeto de promover la empatía.
- Curiosidad por atender a personas desconocidas, excluidas, peculiares e inclusive aquellas que socialmente podríamos considerar como enemigos. Ello nos lleva a romper nuestros propios prejuicios.
- Disposición y esfuerzo por comprender el interior de nuestra fuente y el entorno que le caracteriza. Cuando dedicamos tiempo a comprender a individuos totalmente diferentes finalmente llevamos a cabo un propósito profesional ligado a la mediación.
- Discernimiento en las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías para aplicar la empatía.
- Atrevimiento a una inmersión periodística: es la elevación de los parámetro de inteligencia emocional.

4. El periodismo de inmersión

La vocación periodística, limitada por evidencias actuales como la inmediatez o la tendencia a la simplificación informativa, afronta numerosos inconvenientes para desenmascarar la realidad. Con el objetivo de ofrecer otras alternativas periodísticas que solventen la ardua situación de la profesión, López Hidalgo y Fernández Barrero (2013, p. 15) hablan del profesional que “investiga, se sumerge en los hechos que narra, encubre su personalidad y se infiltra en el entorno a investigar, o bien se alza como protagonista de estos hechos si así las circunstancias lo requieren”. Estamos hablando aquí de la inmersión, una alternativa que evita la tradicional interdependencia entre fuentes y periodistas.

De este modo, el periodista - intelectual decide consecuentemente adentrarse en un entorno concreto a fin de investigar, interpretar y acercarse a una realidad que le permita, desde sus propias vivencias, construir un periodismo de calidad. La inmersión ahonda en la contrastación de los datos y en la verificación de hechos por parte del periodista, por tanto, acrecienta la veracidad informativa que se construye posteriormente. El interés público se halla precisamente en el terreno de lo ocultado y en ocasiones solamente una inmersión de calidad nos proporciona tal accesibilidad. En palabras de López Hidalgo y Fernández Barrero (2013, p. 17), “cada vez es más frecuente que las fuentes accesibles no ofrezcan información de utilidad y que la información de utilidad esté en poder de fuentes no accesibles”.

Entre las ventajas que nos ofrece la inmersión profesional, nos encontramos con que evita en mayor medida la posibilidad de difundir entre periodistas el rumor o la desinformación. La calidad del producto final aumenta cuando el periodista decide de primera mano investigar para nutrir la información con la savia que le generan sus propias fuentes. Es una inversión de tiempo y esfuerzo, así como la puesta en práctica de diferentes técnicas de inmersión que analizaremos más adelante. Atendiendo a las circunstancias actuales en las que se encuentra el periodismo necesitamos nuevos métodos de investigación orientados a encontrar, según Javier Chicote Lerena (2006, p. 18) “una verdad que, además de resultar novedosa, trascendente e interesante para el público” permanece oculta intencionadamente. Los motivos de su encubrimiento pueden ser externos como las presiones de los grandes monopolios empresariales y del sector político o bien, razones internas de la propia profesión como la indisponibilidad de tiempo para la investigación.

Llegados a esta cuestión, ¿qué relación encontramos entre el periodismo de inmersión y la empatía? Con el objetivo de arrojar luz a la respuesta, recogemos una cita de López Hidalgo y Fernández Barrero (2013, p. 23) que consideramos clave:

“En el periodismo de inmersión, el periodista se introduce en un ambiente determinado, en algunas comunidades y situaciones, durante un periodo de tiempo para experimentar en su propia carne distintas vivencias y perfiles, interactuando con los habitantes de ese microespacio con el objetivo de narrar sus propias experiencias desde una perspectiva personal y empática”.

Nos encontramos en el corazón de la investigación. En primer lugar, abogamos por un periodismo más lento o “Slow Journalism” que va a contracorriente de la inmediatez predominante, incluyendo una completa preparación profesional antes y después de la inmersión. El periodista Alberto Salcedo Ramos afirmó, en una entrevista del diario colombiano *El Periódico* que debemos “estar en el lugar de nuestra historia tanto tiempo como sea posible para conocer mejor la realidad que vamos a narrar”. En segundo lugar, es un periodismo que sobrepasa los tópicos de la objetividad, es decir, es la apuesta por la propia experimentación de unos periodistas que desafían lo emocional en favor de los valores éticos y profesionales de la vocación. Afrontan el reto de construir la realidad con un elevado grado de subjetividad que, paradójicamente, defendemos que estamos ante el periodismo más veraz: no hay mayor autoridad sobre un texto que haberlo vivido para contarlo. Lola Huete (2009) escribe al respecto de las obras de Nellie Bly que “su narración está repleta de detalles propios de una mirada aguda, muy, muy personal, siempre atenta a las condiciones de vida, las infraestructuras...”, es decir, realmente la subjetividad es capaz de tomar el compromiso de contar la verdad. Los periodistas de inmersión llegan incluso a arriesgar sus vidas por reflejar injusticias sociales y con mayor respaldo pueden enfatizar lo que periodísticamente crean importante. El vivir el acontecimiento les concede potestad para señalar las múltiples inmoralidades. Es la caída del mito de la objetividad en favor de un depósito de confianza que, de la misma forma que un paciente confía en su médico, nuestro público debe de querer entregarnos tal cometido como periodistas. Con respecto a las puntualizaciones señaladas debemos recalcar tres cuestiones:

1. Experimentar de primera mano la propia información que difundimos a la sociedad es un proceder justo de defender los derechos fundamentales del artículo 20. d. de la Constitución Española: “A comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión”. También el Preámbulo del Código de la FAPE advierte que los periodistas somos “el cauce de manifestación de una opinión pública libre”. Por cuanto la ciudadanía consta del derecho fundamental de recibir información, como profesionales por vocación, debemos

maximizar nuestro conocimiento sobre una realidad determinada. Ello es posible mediante el periodismo de inmersión.

2. Ante la sobresaturación de datos y la superficialidad informativa a la que estamos sometidos, la ciudadanía se halla en una búsqueda continua de testimonios, de vivencias reales que les construyan una percepción sobre un tema o un hecho determinado.
3. Todo lo expuesto resulta inviable sin empatía. Es más, López Hidalgo y Fernández Barrero (2013, p. 23), al respecto del prólogo *Los periodistas literarios* de Norman Sims, dicen que “la comprensión empiece con un contacto emocional que sin embargo pronto lleva a la inmersión”.

Inmersión, empatía y calidad periodística se encuentran íntimamente relacionados pero tal vinculación no sería posible sin tiempo. Este es la esencia del periodismo de inmersión para Norman Sims (1984): “su tiempo de escribir les lleva a la inmersión, a tratar de aprender todo lo que hay que saber sobre un tema”. El periodista Mark Kramer logró publicar *Three Farms: Making Milk, Meat and Money for the American Soul* y posteriormente *Invasive Procedures* en las que escribe sobre las realidades que investiga: “hay que quedarse mucho tiempo antes de que la gente le deje a uno conocerla”. Es por ello que no podemos someter el periodismo lento, donde parte de la calidad informativa reside en las conexiones emocionales que el periodista construye progresivamente con el entorno, al vertiginoso ritmo de la actualidad. O al menos, digamos que no merece la pena sacrificar la calidad que nos puede suponer una inmersión por razones de competencias entre medios de comunicación o cuestiones de rentabilidad. Por último especificar que, en lo que se refiere de gozar de tiempo profesional, no hablamos únicamente del que necesitamos durante el transcurso de la inmersión sino también a la exigente preparación anterior y a la posterior construcción de las vivencias. Explicaremos a continuación algunas de estas fases de acuerdo a las modalidades del periodismo de inmersión.

4.1. Modalidades y características

Entendiendo que las modalidades que mencionamos a continuación, siguiendo con la investigación que ofrecen los autores López Hidalgo y Fernández Barrero (2013), las ubicamos dentro de lo que particularmente hemos denominado como “periodismo de la empatía”, encontramos: periodismo encubierto o de infiltración y *periodismo gonzo*. En el primero, el profesional oculta su identidad de cara al entorno a investigar y en la segunda variante, el periodista cobra tal protagonismo que incluso es capaz de modificar los acontecimientos que le sobrevienen.

Resulta aún más relevante para la sociedad las modalidades de la inmersión al concebir que los cometidos que mueven este tipo de misiones periodísticas son mayoritariamente de denuncia social. Estamos hablando de una especialización que, además de sumergirse en el lugar de los hechos, investiga acerca de ellos y lo más importante, sus fines van mucho más allá de la difusión de una serie de injusticias sociales: interpreta con el objeto de llegar a un planteamiento de soluciones. Este, que es el que denominamos como “periodismo muckraking”, parafraseando al autor Xosé López García (2012) sembró la inmersión en los hechos que cubrieron los “nuevos periodistas” de los años sesenta en Estados Unidos. Tal y como dicen López Hidalgo y Fernández Barrero (2013, p. 36), “el periodismo encubierto es, por tanto, periodismo de investigación, y al reportero le asiste el ánimo de la denuncia social, la relación de injusticias o, simplemente, el descubrimiento de información reservada”.

La infiltración, como modalidad del periodismo de inmersión, implica necesariamente la creación de una identidad falsa desde la que observa la realidad a investigar. Igualmente también podemos identificar tal variante como “periodismo espía”. López Hidalgo y Fernández Barrero (2013) recogen los métodos referenciados por Ron F. Smith (2003, p. 275 - 277) que caracterizan la modalidad del periodismo encubierto: pasivo, mediante la cual no es necesario una ocultación total del profesional que le permita acceder a lugar de los hechos, y activo que requiere de un disfraz. Independientemente del nivel de opacidad en la identidad del periodista, las experiencias aluden al “Stunt Journalism” en tanto que implican una teatralidad a representar. Escriben, López Hidalgo y Fernández Barrero (2013, p. 37), que “aunque la adopción de una nueva identidad no requiere de una caracterización física, en la mayoría de los proyectos el periodista se ve obligado a aderezar y nutrir el personaje que interpreta con actitudes y comportamientos determinados”. Tal exigente y arriesgada preparación profesional solamente es posible si el infiltrado cuenta con suficiente tiempo, de lo contrario, el periodista podría incluso llegar a poner en riesgo su propia vida.

Cualquier tipo de inmersión profesional requiere de una rigurosa planificación y la modalidad que requiere de la creación de un personaje los niveles de premeditación aumentan. Según Pepe Rodríguez (1994), los aspectos primordiales a tener en cuenta en la preparación son: obtener la máxima información posible a fin de menguar lo inesperado, disponer de los medios necesarios para la investigación y de seguridad del periodista como teléfonos o cámaras, y por último, la exhaustiva construcción de la nueva personalidad con la que procede a la infiltración. Para ello resulta imprescindible la creación de un pasado, de una historia coherente que transmita confianza y sea sólida. El periodismo encubierto encuentra diferentes grados de observación del periodista. De acuerdo a López Hidalgo y Fernández Barrero (2013, p. 38 - 39) concluimos que el juego de la

empatía está presente en una participación más activa del profesional que “promueve los propios hechos informativos, de manera que se convierte en testigo y protagonista de la historia”.

Hoy en día además de la propia experimentación encontramos el uso de dispositivos móviles, cámaras y micrófonos que pasan desapercibidos. Si bien todos estos medios ayudan a la documentación del periodista, no debemos confundir la utilización de los mismos en el periodismo de inmersión con el “infoshow”. El objetivo final de esta última variante, que de forma habitual encontramos en televisión, conlleva dosis de espectacularización y morbo propias de lo que podríamos denominar como pseudoinvestigación. El “infoshow” ubica las imágenes grabadas en el centro de la información y sin estas normalmente no podrían sostener el hilo argumental e informativo que sostienen. Centra su atención en la morbosidad que transmiten la distorsión de voces, testimonios imprevisibles o la censura de los rostros que aparecen acompañados de una música impactante. A diferencia del periodismo de inmersión, la preocupación del formato tendente al espectáculo no otra que mantener entretenida a la audiencia.

El objetivo final de la inmersión no es la construcción de la psicología de un personaje, sus caracterizaciones físicas u historia personal, sino la búsqueda de unas claves concretas para la investigación. De ahí que, inherente a la preparación del periodista, sea necesario esclarecer la metodología adecuada a seguir y los focos esenciales sobre los que debe permanecer atento el profesional durante la inmersión. Nos referimos aquí al estudio de una documentación previa, a la delimitación de los objetivos que se pretenden alcanzar y evidentemente el conjunto de medidas para garantizar la seguridad del periodista. Importante señalar que la creación de un personaje ficticio no es sinónimo de suplantación de personalidad, de hecho, esta última puede acarrear consigo serios problemas legales. La suplantación es una estrategia más para el desarrollo de la investigación sobre la cual Pepe Rodríguez (1994) manifiesta que “no debería haber inconveniente para que un periodista investigador la aplique también en su trabajo”.

Una vez descritas brevemente las características propias del periodismo encubierto debemos contemplar otro tipo de infiltración: aquella que se produce voluntariamente por una tercera persona que es dirigida y capacitada por el periodista. Pero, independientemente de que el caso sea arriesgado, ¿por qué decidiría una tercera persona practicar la inmersión de forma voluntaria? Debemos asegurarnos de que los motivos de su infiltración no sean vengativos o por cuestiones que lleguen a dificultar el desarrollo de la investigación: como profesionales no debemos permitir que nos instrumentalicen a fin de satisfacer cargas emocionales y venganzas personales. No obstante, a decir verdad, también debemos considerar algunas ventajas como el hecho de que el colaborador

esté altamente capacitado o conozca con certeza la jerga del contexto. El periodista debe verificar las razones que apoyen o no su infiltración así como garantizarle seguridad en el proceso. Antonio López Hidalgo y Fernández Barrero (2013, p. 43) manifiestan que “poner en práctica esta técnica de infiltración de terceros no supone abandonar al colaborador a su suerte. Lejos de esto, es un trabajo en equipo en el que el periodista asume su papel de director de orquesta”.

Dejando a un lado el periodismo encubierto, en la segunda variante de la inmersión encontramos el denominado *periodismo gonzo* donde el profesional es protagonista de los hechos e interfiere en el ocurrir de los mismos. Cuenta con la suficiente capacidad para alterar el curso de los acontecimientos porque ha participado de manera directa en ellos, e incluso, ha sufrido sus consecuencias. Podríamos decir que, dado el alto rasgo de protagonismo por parte del reportero, es una modalidad que exalta la subjetividad con el uso de la primera persona. Resulta necesaria la mención a Hunter S. Thompson, antiguo reportero de la revista *Scanlan's* que redactó una crónica en 1970 sobre una carrera de caballos. Al respecto, López Hidalgo y Fernández Barrero (2013, p. 54) aseguran que “como el periodista no fue capaz de elaborar una información estructurada y sintética, se limitó a numerar las hojas de su cuaderno de notas y enviarlas tal a la redacción”. El reportero Terry Southern escribió *Bastoneando en Ole Miss* para *Esquire* y según el periodista Tom Wolfe (1998, p. 56), fue el primer ejemplo de la modalidad *gonzo*: “Las clases habían comenzado ya cuando descendí del taxi, y el panorama silvestre que se extendía sobre mí, alrededor de setecientas chicas, todas ninfas y ninfitas, divirtiéndose ruidosamente...”

En una modalidad o en otra existe un común denominador: el riesgo a sufrir las consecuencias. Dicho de otra forma, ya sea periodismo encubierto o *gonzo*, el periodista ha de estar dispuesto a sufrir los efectos que acarrearán el proceder a una inmersión. Podemos mencionar aquí a la periodista Nellie Bly quien, a cargo del *New York World* de Joseph Pulitzer, decidió infiltrarse por diez días en el manicomio de la isla de Blackwell donde sufrió grandes palizas que describe en su obra (2009, p. 136 - 137): “Me arrastraron tirándome del pelo, me metían la cabeza en agua hasta que me ahogaba y empezaba a dar patadas”. De ahí, que el periodista deba estar no solo físicamente sino mentalmente preparado ante lo que se pueda exponer. La reportera añade en su libro *Diez días en un manicomio*: “las enfermeras saltaron sobre mí en una ocasión rompiéndome dos costillas” (2009, p. 136 - 137). Todo ello por lograr reflejar en su trabajo final su propia visión de unos hechos que ella misma ha vivido y que por tanto, le adjudica gran credibilidad a aquello que narra. También la efectividad de las denuncias sociales en los periodistas que han sufrido las injusticias de primera mano tiene mayor efectividad. No obstante, evidentemente no todos los periodistas cuentan con la disposición de realizar tareas de inmersión complejas.

5. La empatía, un arma de doble filo

Hasta ahora hemos centrado la investigación en los aspectos más positivos de la empatía, dejando al margen el debate que corrobora el título del trabajo. Por ello, a continuación ahondamos en un factor clave de gran relevancia referente a la empatía: aunque tal habilidad, ya sea cognitiva o emocional “nos permita reconocer lo que otra persona piensa y vibrar incluso con lo que siente, no necesariamente desemboca en la simpatía, es decir, en la preocupación por su bienestar” (Goleman, 2003, p. 124). Si cabe una posibilidad de que la preocupación empática pueda llegar a alcanzar una modalidad que va más allá de la comprensión ajena y que culmina con actitudes compasivas - afectivas, ¿puede la práctica de la inmersión periodística distorsionar el principio fundamental de la veracidad en la información? ¿Es por tanto la empatía un arma de doble filo que interfiere la calidad periodística?

La preocupación empática que define Daniel Goleman (2003, p. 124) se halla profundamente vinculada al apego y el afecto. En este sentido, ¿puede un periodista que realiza una inmersión profesional a largo plazo dejar a un lado fácilmente la conexión emocional que vive con sus fuentes? Profundizando en la reflexión planteada, Daniel Goleman (2003, p. 124) manifiesta que la empatía emocional “es una forma de sintonía que solo puede discurrir a través de los circuitos cerebrales automáticos y espontáneos propios del sistema neuronal ascendente”. Es decir, en esa activación de la empatía nos encontramos con un ingrediente neurobiológico que tiene que ver con una reacción automática. ¿Hasta qué punto la empatía es calidad? Analizaremos mediante diferentes ejemplos ese doble filo de la empatía que afecta no solamente a la hora de efectuar una inmersión profesional, con un resultado más propio de los géneros interpretativos, sino también en los géneros informativos.

5.1. Empatizar para vender

A menudo, principalmente en los formatos audiovisuales, la producción construye un escenario perfecto para que se lleve a cabo una amplificación de la empatía. Un ambiente minuciosamente preparado que aprovecha recursos audiovisuales como planos, luces o música a fin de fomentar una fuerte relación empática entre el espectador y el protagonista. Todo ello con altas cargas sensacionalistas. Debemos de tener en cuenta que el logro de titulares y sensaciones impactantes no sería posible sin la implicación fundamental del periodista. En estos casos, el entrevistador es el desencadenante del desahogo de los afectados y juega a la empatía como si se tratase de una partida

de ajedrez. El reconocimiento de la fuerza efectiva de las habilidades emocionales por parte del periodista provoca el incremento de la práctica de las mismas. Metafóricamente hablando, la relación que mantienen profesional y fuente persigue una serie de objetivos específicos cuyo cumplimiento dependerá del movimiento de piezas que cada parte decida presentar en el tablero de ajedrez, en el juego de la empatía. Así, como dos jugadores completamente desconocidos, realmente el periodista desde el primer movimiento apuesta por una sola jugada magistral: excluir cualquier tipo de adversidad en el proceder del juego mediante una conexión emocional basada en la empatía. Según Juan Cantavella (2015) “es un encuentro que no se suele dejar que transcurra el azar, pues el periodista busca llevar las riendas para obtener el máximo provecho de tal plática”.

La cuestión es, ¿qué peones moverá el periodista para lograr los objetivos que persigue? Aquí el lenguaje no verbal es tan o más fundamental que las propias palabras del periodista. La creación de un ambiente empático cuenta en el tablero de las entrevistas con peones claves: la cercanía de la mirada, la intensidad de las palabras y la atención del periodista. Se tratan de ingredientes de carga emocional que recrean un escenario cómodo, apto para que las fuentes puedan ser ellas mismas delante de cámara e incluso les promueva una intensificación de sus declaraciones. Hablamos aquí de fuentes no experimentadas ante periodistas y que quizás, muchas de ellas, cuentan con testimonios realmente conmovedores a los ojos de la sociedad. Juan Cantavella (2015) recoge las siguientes declaraciones del periodista catalán Josep Pla:

“Hay que escuchar bien o al menos dar la impresión de que se escucha bien. Se ha de dar la impresión de adhesión activa a la persona que habla. Se puede tener el pensamiento donde se quiera, pero se ha de dar la sensación de presencia y adhesión a la persona que habla. Esto último es bastante sencillo: consiste en mantener una cierta vivacidad en los ojos, mirar de una manera tierna y pronta y hacer, mientras tanto, con la cabeza los movimientos de asentimiento paralelos a las cosas que la otra persona va formulando”.

El periodista Juan Cantavella (2015) afirma que “el que no está pendiente de las palabras ajenas, el que no muestra una cercanía empática, apenas llegará a un intercambio cortés de banalidades o a recibir una información más o menos útil”. Pero, ¿dónde encontramos aquí ese doble filo de la empatía que desarrolla el profesional? Hallamos el conflicto en los objetivos, esto es, ¿con qué finalidad buscamos el testimonio de nuestras fuentes? ¿Bajo qué metas podemos buscar el testimonio de personas afectadas a sabiendas de que van a proporcionar una visión sesgada del acontecimiento? Dicho de otra forma, ¿cuál es el motivo de que, como periodistas, empaticemos con nuestras fuentes? ¿Qué resultado o qué mensaje pretendemos lanzar finalmente a la sociedad? El programa *Tabú* puede ejemplificarnos el planteamiento que sostenemos:

Jon Sistiaga Escudero es un periodista español que nació en Irún y que, antes de trabajar en *Canal+*, ha desarrollado una gran variedad de programas. El éxito del formato *Tabú*, mediante el cual trata problemáticas sociales poco mediáticas desde un guión audiovisual aparentemente espontáneo, constituye un claro ejemplo que refleja ese doble filo de la empatía. La primera temporada de *Tabú* se estrenó el 31 de marzo de 2016 bajo el título de *Infancia robada* y se estructura en cuatro episodios que recogen testimonios de abusos sexuales a menores. El capítulo tres que recibe el nombre de *Duelo* nos interesa en tanto que predomina una búsqueda continua de las emociones de los entrevistados que los lleva, inclusive, a una especie derrumbe emocional.

En los inicios de *Duelo* se muestran estadísticas sobre los casos de desaparición de menores. La pieza audiovisual se divide en tres partes que ofrecen una visión sobre algunos de los casos más destacados de niños secuestrados en Estados Unidos. La primera de ellas está dedicada a la desaparición de Jacob Wetterling, un niño de Minnesota que fue secuestrado mientras volvía a casa juntos a sus hermanos y amigos. Consta de tres entrevistas: la madre de Jacob, un jefe de policía y Aaron, amigo del secuestrado. El periodista Jon Sistiaga llega a formular preguntas a Patty, madre de Jacob, del tipo si realmente se hace la idea de que su hijo no pueda aparecer o incide en sus sentimientos de culpabilidad.

En la siguiente parte del reportaje aparece el caso de Morgan, una niña desaparecida en Arkansas durante un encuentro infantil de la liga de béisbol. Al igual que en el anterior caso, el reportero continúa centrándose en las emociones de Colinne, madre de Morgan, planteándole cuestiones como si cree de verdad que su hija regresara a casa. También le pregunta si existe en Colinne remordimiento y vuelve a incidir, como en la entrevista de Aaron, si cree que se debe a la suerte o al propio destino. Hay que destacar que durante su entrevista, busca constantemente que Colinne se derrumbe y comience a llorar, una muestra más del alto nivel de sensacionalismo con el que nos encontramos en esta pieza audiovisual.

El éxito de los “peones emocionales” que mueve Jon Sistiaga con sus fuentes le permite formular preguntas conmovedoras. El reportero mira atentamente a los ojos, se muestra con una actitud corporal totalmente implicada en las declaraciones y emociones de sus entrevistados, consuela y empatiza en una conversación dirigida de la que sabe que está ganando la partida, ¿qué intenciones mueven la producción de *Tabú*? Destacamos aquí tres consideraciones antes de responder a la cuestión:

En primer lugar, debemos reconocer que la marcada personalidad profesional de Jon Sistiaga y su permanente presencia en el programa, cobrando a menudo el mismo protagonismo que sus entrevistados, está retroalimentando continuamente su imagen. En ocasiones el consuelo que ofrece a los padres afectados por el secuestro de sus hijos introduce cierta perspectiva del “periodista - salvador” que brinda su tiempo a las víctimas y las comprende. En segundo lugar, además de que el periodista aparece siempre en pantalla, los recursos audiovisuales incrementan la emotividad de aquello que se presenta. En otras palabras, la ambientación musical, los planos detalles en las declaraciones más conmovedoras y la construcción del relato en general tienden más al ámbito del entretenimiento que al informativo. Favorece la emoción frente al razonamiento del espectador, y aún así, muchos ubican a Jon Sistiaga en el ámbito del periodismo de investigación. Esto tiene que ver con la tercera y última consideración: efectos, repercusiones y planteamiento de soluciones. *Tabú* no promueve alternativas a los conflictos que presenta sino que realiza una exposición de los testimonios más impactantes que encuentra. En referencia a los casos de abusos sexuales y secuestros a menores, periodísticamente se centra en personas en lugar de tratar problemáticas sociales. No se muestran alternativas ni informaciones como, ¿qué medidas políticas y sociales se están llevando a cabo para solventar tales problemas en la sociedad? ¿Qué procedimiento de ayuda se les aplica a los afectados? ¿Cómo funciona la búsqueda y la investigación de un secuestro? ¿Qué medidas como ciudadanos debemos tomar a fin de proteger a los menores? El periodismo de investigación debe ofrecer un planteamiento de soluciones a aquello que se plantea y sin embargo, tampoco podemos catalogar *Tabú* como información en tanto que meramente recoge testimonios.

Ahora sí, respondiendo a las intenciones que respaldan la dirección de *Tabú* bajo Jon Sistiaga, debemos puntualizar que realmente el reportero busca constantemente que, mediante ese esplendor a cámara de emociones, el espectador empatice con la persona entrevistada. Es decir, más allá del encuentro consolador que el reportero mantiene con las fuentes, encontramos una captación de declaraciones espectacularizadas. Es el tipo de empatía que Jon Sistiaga pretende amplificar porque es la que provoca que el público tenga una mirada constante en el programa. El espectáculo mediático lleva indudablemente a un incremento de los niveles de atención del espectador. Pero, ¿por qué amplifica esa empatía entre público y fuente? ¿Realmente ofrece alguna aportación a la ciudadanía útil de conocimiento?

Los objetivos del programa tienden más a la venta de audiencia que a honrar el verdadero cometido social que poseemos como periodistas. Nos encontramos aquí con un aspecto de ese doble filo de la empatía: la maximización de una carga emocional a fin de que el espectador no aparte su vista de la pantalla, que empatice y que ello conlleve un incremento en términos de audiencias y ventas. En

definitiva, estamos hablando de una instrumentalización también de los entrevistados a partir de técnicas retóricas y la apuesta del reportero por ofrecer visiones sesgadas de la realidad. Son relatos que entretienen sin informar donde no hay indicios que respalden el propósito del periodismo como intervención social. ¿Somos eco del sufrimiento de la personas que entrevistamos o respondemos a este?

5.2. La empatía, ¿un gusano en la manzana informativa?

¿Puede la implicación emocional de un periodista en los acontecimientos que narra interferir en la calidad informativa de los mismos? En otras palabras, ¿puede la empatía del profesional acabar ofreciendo a la ciudadanía una visión sesgada de la realidad? La periodista española Adela Úcar afirmó en una conferencia *TEDx* que “para sentir empatía debemos dejar que las historias nos emocionen, nos cuestionen, nos remuevan y esto es incomodo pero también es maravillosamente bello”. Tras la grabación del reportaje de *21 días en el vertedero La Chureca*, la periodista se siente tremendamente orgullosa del avance profesional que le ha proporcionado el experimentar un periodismo vivencial: reconoce el alcance de nuevos niveles de empatía que también le han afectado el terreno personal. Adela Úcar comprende a través de la empatía el sacrificio diario y la fuerza de las familias que intentan subsistir en el vertedero. Sin embargo, estas aportaciones vivenciales a su persona provocadas a raíz de la inmersión y vinculadas a formas emocionales de comprender un entorno determinado, pueden llegar a ser un peligro a la hora de construir la información final.

Paul Bloom, psicólogo y profesor de la Universidad de Yale, ha publicado recientemente su libro titulado *Against Empathy: The Case for Rational Compassion* (2017) que ha causado numerosos revuelos entres los estudiosos de la psicología. El autor comienza la obra retratando en el prólogo la siguiente situación:

“I was at home one bright morning a few years ago, avoiding work and surfing the Web, when I heard about the massacre in Newtown, Connecticut. The first reports sounded awful but not unusually so—someone had been shot at a school—but gradually the details came in, and soon I learned that Adam Lanza had killed his mother in her bed at about nine in the morning and then gone to Sandy Hook Elementary School and murdered twenty young children and six adults. Then he killed himself”.

En su libro *Against Empathy: The Case for Rational Compassion* (2017) sostiene que la empatía es un peligro para el comportamiento moral en tanto que nos provoca una fuerza interior, guiada por el

corazón, que puede llevarnos a una toma de decisiones inadecuadas. La cobertura mediática difundió, además de detallar la progresión de la masacre, numerosos vídeos de padres corriendo desesperadamente hacia la escena del crimen. ¿Qué pretende el periodismo lograr realmente con la continua difusión de tales imágenes? Como resultado, las reacciones del entorno que mantenían conexiones cercanas con los afectados se movían en base a impulsos incontrolables y preocupaciones empáticas excesivas. En la conferencia de prensa del presidente, a fin de comparecer por el asesinato de los veinte niños y seis adultos, este se mostraba afectado, atragantado en su discurso y transmitiendo una especie de agravante emocional en el estado de los familiares directamente perjudicados. Paul Bloom declara respecto a la tragedia de la masacre en la conferencia Carnegie Council for Ethics in International Affairs que “los disparos masivos suponen aproximadamente un 0,1% de los homicidios en Estados Unidos” por lo que el ruido estadístico es prácticamente indistinguible. En este caso, ¿debemos realmente de proceder a la continua repetición de imágenes de alta intensidad emocional en los medios de comunicación?

Paul Bloom añade en la conferencia que la empatía “aunque no es una fuerza para el bien o el mal, la empatía cognitiva es una forma de inteligencia que algunos llama social y como cualquier tipo de inteligencia puede ser utilizada para bien o para mal”. La definición tiene que ver con la última pregunta planteada en el párrafo anterior, ¿qué motivos aguardan a la difusión de un periodismo de alta sensibilidad visual? Desde el punto de vista de la estructura mediática, ¿estamos instrumentalizando la empatía individual con las víctimas de la tragedia a fin de abrir un debate generalizado sobre la legalidad de las armas? Por tanto, ¿provocar empatía también puede llegar a ser manipulación?

Parafraseando el argumento de Paul Bloom, la empatía es como una especie de foco de luz o de atención que puede ser dirigido hacia lugares equivocados. En la conferencia Carnegie Council for Ethics in International Affairs el profesor menciona el asesinato de Natalie Holloway en 1980. La noticia de la estudiante, que disfrutaba de sus vacaciones en Aruba cuando ocurrió la tragedia, obtuvo tal resonancia empática en la cobertura de medios que su presencia en redes se multiplicó por 18 veces. La empatía inclinó la conexión mediática hacia Natalie Holloway pero de lo contrario no concedió el mismo nivel de importancia a las masacres en masa ocurridas en Darfur. Por tanto, en este sentido, la empatía también puede llegar a ser injusta en tanto que inclinamos nuestro favor, según Paul Bloom, a individuos más que a colectivos. De igual forma, la resonancia empática que exponemos es mayor en personas acordes a valores propios que en aquellas que difieren de nuestros ideales.

Resulta necesario puntualizar un aspecto que consideramos importante: la maximización en la información de la empatía también merma el periodismo de intervención social. Los medios de comunicación se encuentran continuamente lanzando mensajes acerca de la necesidad de ayudar a los más necesitados. Por ejemplo, es el caso de noticias como la huida de los refugiados sirios que incitan a la contribución moral y económica por parte del espectador. Sin duda alguna, se trata de un mensaje necesario pero, ¿hasta qué punto esta empatía es trascendente? En otras palabras, ¿estamos además de desafiar a las audiencias a satisfacer sus deseos gratificantes y solidarios, ejerciendo ese cometido de activismo informacional? El periodismo debe de ser contrapoder en cuanto que va más allá de los fines solidarios, promoviendo una reflexión ciudadana y presionando a los poderes estatales de forma activa. No obstante, nos encontramos aquí con obstáculos ligados a la dependencia empresarial y financiera que limita los objetivos vocacionales del periodismo.

5.3. La empatía justifica los medios

Las historias de la víctimas en el último bombardeo de Siria han motivado a la acción a través de la empatía dado que nos proporciona energías para el ataque o de algún modo, caer en las pretensiones militares del poder político. Este es el motivo por el que, como periodistas, debemos de ser cautos a la hora de verificar los objetivos que esconden y sobre todo, tras la disposición a informar de las fuentes oficiales. La retórica de la empatía es un arma de doble filo. ¿Determinó la difusión en directo del atentado del 11S el contraataque estadounidense? Más específicamente, ¿justificó la empatía a las víctimas el aumento en la intensidad del ataque en los territorios conflictivos? Debemos considerar aquí esos niveles de justificación en tanto que costó también la vida una gran cantidad de personas inocentes ajenas a las actividades terroristas.

El presidente George Bush inicia su comparecencia por el 11S aludiendo a la cercanía de unas víctimas que forman parte de la comunidad estadounidense: “secretarias, hombres y mujeres de negocios, militares y federales, trabajadores, madres y padres, amigos y vecinos. Miles de vidas se terminaron de repente por los actos malvados y despreciables de terror”. Y a la empatía le sucede una interpretación por parte del presidente acordes a los valores fundamentales que predica el pueblo estadounidense: “somos el faro más brillante de la libertad y la oportunidad en el mundo. Y nadie impedirá que esa luz sea brillante”.

George Bush añade en el discurso del 19 de marzo de 2003 en el que declara la guerra a Irak lo siguiente: “afrentaremos esa amenaza ahora con nuestro ejército, fuerza aérea, naval, guardacostas

y marines para no tener que afrontarlo después con las armas de los bomberos, los policías, los doctores en las armas de nuestras calles”. A través del discurso del presidente, observamos cómo los efectos de la resonancia empática emitida en los medios de comunicación incrementa considerablemente cuando se trata del sentido de pertenencia y de comunidad como nación. En marzo de 2003, ¿se llegó a analizar periodísticamente hablando las consecuencias de la entrada de Estados Unidos en Irak? El poder del periodismo debe de considerar que a más empatía, mayor agresividad de ataque predisponemos a la sociedad que informamos.

A menudo la empatía nos lleva a caer en esos impulsos incontrolables a los que se refería Paul Bloom. Las cargas emocionales en la información suponen una predisposición para ser correas de transmisión del poder político. En otras palabras, la empatía anestesia los filtros analíticos con los que debe de contar todo periodismo de calidad. La multinacional Burson Marsteller, empresa de la WPP, llevó a cabo una campaña de publicidad contra Saddam Hussein. Para ello montaron un escenario donde los militares de este entraban en un hospital infantil y asesinaban a niños prematuros. Ante la gravedad del asunto, periodistas franceses y canadienses realizaron un reportaje de investigación titulado *Vender la guerra* donde descubrieron la invención de la campaña. La realidad quedó traducida a una minoría. ¿Hubieran los profesionales ahondado en la verdad del escenario si sus niveles empáticos hubiesen sido mayores que sus responsabilidades como periodistas de investigación? El presidente estadounidense instrumentalizó no solo la teatralización del asesinato de unos bebés sino también la empatía como fruto de la gravedad moral de la invención escenificada. La empatía ayudó a justificar los medios empleados por el ejército de Estados Unidos para conquistar sus ambiciones en Irak.

El discernimiento profesional de los periodistas es imprescindible. Debemos verificar los objetivos por los que otros ámbitos, como el político o económico, instrumentalizan los medios de comunicación. El éxito de Donald Trump, actual presidente de los Estados Unidos, se encuentra íntimamente relacionado con su capacidad para avivar la empatía de la ciudadanía a fin de lograr un beneficio político. De hecho, en ocasiones el presidente intervenía en los discursos electorales con un “déjeme ser su voz”. Así, pensamos que los datos estadísticos previamente contrastados deben de delimitar el espacio que ocupan ciertas noticias. En el caso de que un inmigrante atacase a un estadounidense, ¿podría el gabinete de prensa de la Casa Blanca propagar a nivel mediático una repetición excesiva del acontecimiento?

En España, la empatía de Pablo Iglesias fue esencial para el descubrimiento de *Podemos* en *La Sexta Noche*. El discurso televisivo del actual secretario general del partido en favor de los derechos

de la ciudadanía y principalmente contra la corrupción, provocó su rápida conexión mediante un claro vínculo afectivo - empático con los espectadores del programa. El líder obtuvo una progresiva aceptación por parte de las audiencias en tanto que, en numerosas ocasiones, se colocaba en los zapatos del descontento de muchos españoles. Su capacidad retórica provocó la identificación de numerosos espectadores, lo cual le llevó a incrementar su número de votantes. Evidentemente los medios de comunicación también son una plataforma de exposición de ideales políticos. No obstante, abogamos que como periodistas - intelectuales debemos de conocer los límites por los cuales a menudo la propaganda reemplaza el ejercicio analítico que debe ser inherente en el periodismo.

5.4. Desafiando los códigos deontológicos

El periodismo es responsabilidad social y, a cargas de tal cometido, precisamos de unos códigos deontológicos que potencien nuestras libertades profesionales inmersas en el marco constitucional. Hablamos de una ética particular desarrollada por los periodistas en su ejercicio vocacional, la cual, se halla fundamentada en unos códigos deontológicos que se ocupan de los aspectos más sustanciales de la profesión. En otras palabras diremos que se tratan de documentos que recogen un conjunto de criterios, normas y valores que formulan y asumen aquellos que llevan a cabo la actividad profesional. Se trata de un compromiso individual. Igualmente, el motor que impulsa la existencia de los códigos deontológicos precisa de cierta madurez cultural: las exigencias de una ciudadanía a objeto de garantizar el respeto a unos principios morales en el desarrollo de la profesión. Así, en el Código de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), aprobado en Sevilla el 27 de noviembre de 1993, el párrafo 2 del preámbulo dicta lo siguiente:

“Como su sujeto e instrumento de la libertad de expresión, los periodistas reconocen y garantizan que su ejercicio profesional es el cauce de manifestación de una opinión pública libre dentro del pluralismo de un Estado democrático y social de Derecho.”

A decir verdad, el anterior párrafo refleja una clave importante a la reflexión teórica que desarrollamos: nosotros, como periodistas, nos disponemos a ser el cauce a través del cual circula la expresión de la sociedad. Al respecto, cabe puntualizar que podemos relacionar la pretensión señalada por la FAPE con el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos:

“Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y

opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

También podemos vincular el párrafo 2 del preámbulo señalado de la FAPE con el artículo 10 del Convenio Europeo de los Derechos Humanos e incluso con el artículo 20. d. de nuestra Constitución: “A comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión. La ley regulará el derecho a la cláusula de conciencia y al secreto profesional en el ejercicio de estas libertades”. Los códigos deontológicos de la FAPE hablan de garantizar el derecho a recibir información veraz y, por consiguiente, si la ciudadanía consta de tal derecho, los periodistas contamos con la obligación de cumplirlo. Atendiendo al preámbulo de la FAPE diremos que somos, no solo ese “cauce de manifestación de la opinión pública”, sino que dirigimos y seleccionamos el material informativo, es decir los acontecimientos, por los que se va a regir el pensamiento social. La responsabilidad de la vocación reside precisamente en el poder que contiene tal cauce en tanto que sugerimos a la ciudadanía en qué y en cómo tienen que pensar. De ahí, la reflexión lógica de que aquello que no aparece en los medios no existe para la sociedad. De igual manera que el Estado debe ofrecer los servicios necesarios para garantizar el derecho a la educación pública, los periodistas somos responsables de garantizar que la sociedad reciba información pero, ¿qué ocurre si tal cauce se encuentra espectacularizado? En el ámbito televisivo, ¿se encuentra la información de nuestros días un tanto teatralizada?

El coreógrafo suizo Daniele Finzi Pasca, respondió a una entrevista realizada por el periódico *Noticias de Navarra*, al respecto de su espectáculo acrobático *La Verità*, lo siguiente:

“Creo que el teatro está basado en un proceso de empatía. A diferencia de otros artistas, nosotros necesitamos dialogar sin un medio: no tenemos una tela, no tenemos páginas, no tenemos un libro... Entonces, ¿cómo conectar con el público? Porque en el teatro necesitamos al público, lo tenemos ahí enfrente, y danzamos con él. Por ello el teatro es empatía y en nuestro caso esto nace porque en el escenario tenemos actores que tienen una capacidad de encontrar al público, de buscarlo, de tratar de moverlo y conmoverlo y, además, sorprenderlo”.

Vivimos en un periodo en el que la creciente competencia mediática está provocando que los lazos entre información y entretenimiento sean cada vez más cercanos. Todo ello con el objetivo de ganar audiencias y posicionarse como los mayores captadores de cifras en *share*. Hipermotivación, altas dosis sensacionalistas y un consumo informativo realmente denigrante. En otras palabras, digamos que estamos ante el abandono de la vocación como servicio público en favor de una atención exclusiva al logro de unos resultados económicos. La creación de tal tendencia de carácter híbrida

ha llevado a cuestionar la vigencia de los géneros tradicionales. Ahora bien, por otro lado, nos enfrentamos al reto de conseguir que lo importante sea interesante, ¿debe entretener la información para que cautive la atención del espectador?

A la cuestión, evidentemente entre las artes del periodismo también se incluyen los esfuerzos por lograr que nuestros mensajes sean atractivos a la luz pública. Y, tal y como hemos desarrollado a lo largo de la reflexión teórica, la empatía aumenta las dosis de atención en el público pero, ¿hasta qué punto tiende al espectáculo? La autora María Dolores Cáceres, de la Universidad Católica San Antonio de Murcia escribe en su artículo titulado *El discurso de la televisión en la cultura del espectáculo: los procesos de mediación en los programas de la telerrealidad*:

“Compartir la intimidad de los demás produce empatía social en una sociedad individualista, de sujetos aislados, en la que es difícil abrirse a los demás y establecer vínculos. El hecho de penetrar en las vidas ajenas (aunque sea de forma vicaria) produce integración – o quizá habría que decir pseudointegración – y compensa los efectos disgregadores del cambio en una sociedad que ha convertido el pluralismo en relativismo axiológico”

La privacidad en los medios de comunicación, principalmente en el ámbito televisivo, cada vez es más inexistente. Es, tal y como dice María Dolores Cáceres, “el hecho de penetrar en las vidas ajenas” clave en la construcción de una empatía social, una estrategia propia más bien del espectáculo que logra captar la atención del público. Hablamos de ejemplos como *El programa de Ana Rosa* o *La noria* de *Telecinco*, capaz de mezclar entrevistas informativas con temas pertenecientes a *realitys* o intimidantes, propios más bien de la prensa rosa. Habitualmente, en los diarios contemplamos “noticias” dedicadas a gatitos, niños adorables, vídeos virales o alguna que otra hazaña barata. Podemos mencionar aquí a programas como *Caiga quien Caiga* que alzaba la espectacularización en la vida privada de distintas personalidades o *El Intermedio*, programa que se abastece de la parte más intrascendente de la actualidad y que, por tanto, desde el punto de vista informativo, exime lo periodísticamente importante.

En este sentido, de acuerdo al preámbulo de la FAPE citado en el epígrafe, ese cauce de manifestación dependiente de los periodistas se encuentra tergiversado, espectacularizado. Pese a que cumplimos con el compromiso al derecho de recibir información, a menudo las cabeceras se asemejan a telones, telones que abren y cierran las expectativas de un público que espera a ser impactado, emocionado y al que un tratamiento contundente y de calidad en los temas de actualidad provoca bajadas de *share* o merma la asistencia al auditorio, como si de un teatro se tratase.

Cabe plantearnos, ¿qué tendencia estamos transmitiendo a través de ese cauce de manifestación pública? Quizás las corrientes periodísticas están propiciando un costumbrismo al espectáculo, una realidad que disminuye la necesidad de pensar, de cimentar una ciudadanía crítica y esforzada, nutrida de materiales informativos que les capacite mediante diversas pautas y datos a fin de que piensen por ellos mismos. A raíz de todo lo expuesto debemos aclarar la siguiente cuestión: los marcos democráticos posibilitan la existencia de este tipo de *infoshows*, no obstante, encontramos el conflicto en tanto que el espectáculo, gracias también a la aplicación de diversas estrategias empáticas, absorben la contundencia informativa.

5.5. Cuando lo profesional invade lo personal

¿Puede la empatía del periodista llegar a tales límites que repercuta en su vida personal? La profesora María Angulo, mediante la entrevista reflejada en el apéndice de la presente reflexión teórica, manifiesta que la convivencia con las fuentes puede ser tan intensa que “llegas no a tener una actitud participante sino a integrarte prácticamente en esa comunidad o territorio en el que te adentras”. Ejemplo de ello es el denominado periodista indeseable, Gunter Wallraff, quien padeció las consecuencias de hacerse pasar por un inmigrante turco, inmersión que recoge en su libro *Cabeza de turco*. Además, tal y como recogen López Hidalgo y Fernández Barrero (2013, p. 123), Gunter Wallraff también “se ha hecho pasar por paciente en un psiquiátrico, por un alemán rico y pronazi, por mendigo, por un estudiante en búsqueda de habitación”. A consecuencia de la participación activa en la investigación, Gunter Wallraff es torturado y llevado al encarcelamiento por protestar contra una dictadura militar en Grecia. La inmersión le ha llevado al periodista a reconocer esos momentos en los que el terreno profesional excede el personal. Así lo retractan López Hidalgo y Fernández Barrero (2013, p. 126):

“Miedo, por ejemplo, a las situaciones que afronta el personaje, que sin duda pueden ser arriesgadas o peligrosas, como cuando Wallraff, disfrazado de negro, se presenta en las inmediaciones del estadio del FC Energie Cottbus, donde los anfitriones se enfrentan al Dynamo de Desde y se sube al tren de los hinchas que va a la ciudad. En el tren se ve amenazado por un grupo de hinchas violentos que apestan a alcohol, y tan sólo la actuación valiente y arriesgada de una agente de policía le salva de ser agredido”

La calidad implica riesgos, temores del periodista a fin de empatizar e investigar con colectivos ajenos a su persona y que le concede el mérito de ser protagonista de los hechos que narra. En muchas ocasiones, como la descrita en la cita anterior, Gunter Wallraff ha sentido miedo, un pánico que le ha tentado a confesar el camuflaje y la interpretación del papel. También como resultado de

la intromisión profesional en la intimidad del periodista, las relaciones familiares se ven perjudicadas. Además, la trascendencia de sus trabajos periodísticos, con repercusiones a nivel internacional, le ha llevado a vivir una vida amenazada. López Hidalgo y Fernández Barrero (2013, p. 127) manifiesta que “ha vivido oculto, con protección policial, hasta han incendiado su casa, como advertencia, lo que le hace vivir en permanente estado de alerta”. Leonardo Haberkorn (2010) le cuestionó el aspecto familiar durante su personaje de Alí Sinirglioglu, el inmigrante turco: “La situación se volvió muy difícil y la distancia con mi mujer se agrandó. Ella me pidió que cambiara mi modo de trabajar. Me dijo que mientras fue Alí había vivido el peor momento de su vida”. El siguiente extracto del libro *Cabeza de turco* (1985, p. 125) del periodista Gunter Wallraff, retracta perfectamente esa invasión de lo profesional al terreno personal hasta el punto de afectarle en salud:

“Si bien no es que precisamente me encuentre en un estado de chispeante euforia vital — al contrario, me siento bastante acabado, puesto que cada vez me he ido identificando más con el papel que represento, y la casi desesperada situación de mis compañeros y amigos me deprime más y más—, lo cierto es que tengo miedo de consumirme durante un espacio de tiempo demasiado largo, corroído por un radiocáncer”

La periodista mexicana Lydia Cacho, también ha desarrollado labores de inmersión en la misma línea de Gunter Wallraff. Su libro *Esclavas del poder. Un viaje al corazón de la trata sexual de mujeres y niñas en el mundo*, a cuya redacción le dedicó cinco años, refleja la inevitable adhesión emocional a la investigación que ha de dominar (2010, p. 162):

“Sé bien que para investigar el tema de la esclavitud sexual se necesita crear una coraza para las emociones. Nadie puede negar el impacto emocional que generan los ambientes de mafias y prostitución forzada, y mucho menos cuando hay niños y niñas de por medio”.

Escriben López Hidalgo y Fernández Barrero (2013, p. 148) sobre Lydia Cacho que “ha sido víctima de calumnias y amenazas, una detención ilegal ordenada desde las altas esferas y un atentado fallido”. Su vocación le provocó incluso el exilio obligado. La empatía y el dolor personal de la realidad que examinaba antes sus propios ojos, con niños y niñas siendo sometidos a la explotación sexual de la mano de traficantes, le provocó numerosas secuelas emocionales. Así lo confiesa en su libro *Esclavas del poder* (2010, p. 3):

“Sí. Durante cinco años he llorado más que nunca en mi vida. Francamente, una puede hacer un buen trabajo periodístico siempre que sea capaz de ser empática con las personas que entrevista. No puedes quedar ahí tocado, mientras entrevistas a un ser humano que está contando su historia. Creo que mi vida ha cambiado después de hacer hecho este libro”.

Cabe reflexionar, ¿son los profesionales capaces de dominar los impulsos emocionales dada la delicadeza del camuflaje que implica el periodismo de inmersión? ¿Hasta que punto estamos dispuestos a arriesgar, emocionalmente hablando, a fin de ofrecer calidad informativa y narrativa a nuestro público? En este sentido, concretamente el ambiente de prostitución al que está dispuesta a sumergirse Lydia Cacho, las secuelas sentimentales son inevitables y, probablemente, a más implicación emocional mayor dificultad para desconectar del trabajo profesional. El periodismo de calidad es ambición, un sacrificio de pensamiento que persigue al periodista a su vida personal. Es vocación de continua reflexión, un cable mental constantemente enchufado a la realidad que vive e investiga. De ahí que este periodismo de calidad, que conoce a sus fuentes y empatiza, sea locura, pasión y sobre todo, vocación. Ahora bien, no todos estamos dispuestos a llevarlo a cabo.

Antonio Salas, autor de trabajos como *Diario de un skin* o *El año que trafiqué con mujeres*, es un periodista de inmersión referente cuya adhesiones emocionales en la investigación también le pasaron factura. López Hidalgo y Fernández Barrero (2013, p. 133) recogen, con respecto a una esclava de la prostitución, que Antonio Salas “había llegado a plantearse muy seriamente casarse y conseguirle la nacionalidad española para de este modo arrancarla de las garras de las mafias”. Inclusive, confiesa el periodista (2011, p. 20):

“Había pasado por mi imaginación la posibilidad de liquidar personalmente al traficante. Supongo que son pensamientos inevitables cuando llevas meses conviviendo con uno de los aspectos más despiadados del crimen organizado: la nueva trata de esclavos, los esclavos sexuales”.

5.5.1 Empotrados en la manipulación

Atendiendo al plano más audiovisual, la película documental *Restrepo* (2010), en la que el periodista norteamericano Sebastian Junger y el fotógrafo Tim Hetherington se adentran en la invasión de Afganistán de la mano de los soldados estadounidenses. Una vez más, periodista y fotógrafo arriesgan su vida a fin de informar, a modo de crónica, la realidad de la guerra desde la vida de los soldados que fallecen en el frente. El documental se desarrolla en el valle Korengal, una misión de 15 meses en la que, inmersos en la estrechez de lazos emocionales que crea el conflicto, resulta inevitable la empatía. Los soldados estadounidense quedan altamente impactados por la muerte de Restrepo, médico e integrante del pelotón, lo cual lleva a que a través de las entrevistas, los soldados se desahoguen delante de cámara, compartan recuerdos, vivencias y confiesen

abiertamente sus sentimientos en medio de aquel infierno. En una entrevista realizada por *FaderTV* en 2010 al periodista Tim Hetherington, este afirmaba lo siguiente:

“Mi trabajo como narrador es construir un puente entre usted y la audiencia (...) mostrando la facilidad con la que mueren los afganos, realmente es una forma constructiva para que la gente participe en la guerra y, finalmente, sean parte de la discusión (...). Te puedes identificar con ellos, tal vez tienes hermanos o padres y provocamos que llegues a identificarte con ellos”.

En medio de la guerra, la empatía y el apoyo mutuo que desarrollan Tim Hetherington y Sebastian Junger con los soldados estadounidenses es automática. En la misma entrevista el periodista afirma: “la intimidad que tenemos con los muchachos, nos lleva a convertirnos en parte del pelotón (...) Esa intimidad y esa cercanía es algo que impregna la película”. Así, el motor de la guerra no radica únicamente en la fuerza del material militar sino también en el vínculo emocional existente entre un grupo de hombres, en este caso soldados, que se encuentran en circunstancias extremas. Al respecto, el autor Chema Suárez (2017, p. 139) reflexiona: “¿pueden los periodistas tomar distancia crítica, como indica la Corte Interamericana de Derechos Humanos, cuando sus movimientos dependen de los mandos militares? ¿Pueden contrastar los comunicados oficiales con otras fuentes, si no tiene libre acceso a ellas?”

Resulta interesante la reflexión que plantea Chema Suárez (2017, p. 139) dado que, en sus propias palabras, “con el empeoramiento el ejército sale beneficiado a cambio de una aparente protección de los reporteros”. En este sentido, nos hallamos ante una especie de síndrome de Estocolmo, al que se refiere el autor, que afecta directamente a la contrastación de datos, esencial en el ejercicio de la profesión periodística. Ante la cuestión planteada, ¿absorberá la institución militar la independencia de las informaciones finales? Estamos hablando de un sometimiento por parte del periodista a las normas de comportamiento militar, ¿lleva esto a una intoxicación del mensaje? Chema Suárez hace referencia en su libro *Periodismo y derecho internacional*, al estudio titulado *Project for Excellence in Journalism* de Washington que analiza el seguimiento informativo de la guerra de Irak en 2003. Al respecto Chema Suárez (2017, p. 141) afirma:

“El resultado prueba que los periodistas estadounidenses que trabajaban empotrados entre los soldados difundían sus críticas plagadas de comentarios patrióticos con evidentes muestras de satisfacción por el éxito de las operaciones militares de los marines norteamericanos o el fracaso de los iraquíes. El estudio también alerta a los cuidados sobre la difusión de una versión distorsionada que no refleja la realidad y concluye que las cadenas de televisión norteamericanas cuyos periodistas estaba integrados con los

soldados, no emitan imágenes violentas y optaban por transmitir una guerra con poca apariencia de serlo”.

George Wilson, corresponsal en Irak y redactor del periódico *The Washington Post* confirma la posición de Chema Suárez en tanto que la familiarización con los soldados provoca que los periodistas sean transmisores de propaganda. Cabe plantearnos de nuevo, ¿supone la empatía un obstáculo a que los periodistas obtengan la visión más certera de la realidad? Durante la inmersión, ¿limitan los vínculos emocionales la interpretación neutral del campo desde el que informan? Planteándonos una reflexión aún más concreta, ¿de forma inconsciente, se fusionaron la labor de los empotrados con los objetivos propagandísticos de Estados Unidos? Chema Suárez (2017, p. 142) admite que “cuando un corresponsal viaja, come y duerme junto a la tropa de la que depende su seguridad y con la que corre los mismos riesgos, es difícil que narre los hechos con la objetividad necesaria para que sean creíbles”.

A decir verdad, el acceso del periodismo a las zonas de conflictos sin el respaldo de un ejército condiciona aún más la dificultad de informar, además de que aumenta el riesgo profesional. Por otro lado, una cercanía e intimidad con los soldados, habitualmente predispone al periodista a transmitir una versión próxima a la oficial: comunicados con un lenguaje suave acerca del horror de la guerra, mitigando los términos violentos y con cierto ingrediente de ingenuidad. Chema Suárez (2017, p. 143) advierte que “la cercanía del periodista con una de las partes interesadas y las prisas con las que habitualmente trabaja relajan su atención”. El autor recoge un caso en el que los empotrados estadounidenses no admitieron la trampa de una operación militar, a la que añade una confirmación esencial para la presente reflexión teórica: “La empatía entre periodistas y soldados otorga excelentes resultados a quienes pretenden confundir la información con propaganda”.

¿Son los empotrados un recurso más de las estrategias de comunicación de los gobiernos? En este sentido debemos diferenciar dos vías de manipulación, posiblemente inconscientes: la primera, ligada a los vínculos empáticos y emocionales que estrechan los periodistas con uno de las partes interesadas. La segunda, tiene que ver con una garantía de protección en la zona de conflicto bajo la que se esconde un pilar enemigo de la profesión: la censura. Escribe Chema Suárez (2017, p. 136): “el ejército español establece medidas de control para los reporteros empotrados, a través de las normas específicas del Mando de Operaciones sobre el tratamiento de periodistas en zona de despliegue, que se entregan a todos los reportes que acuden con el contingente militar”. Parafraseando al autor, entre las limitaciones encontramos numerosas prohibiciones para documentar a las víctimas a fin de mitigar la violencia y los daños entre la población civil.

Evidencia de la censura existente es el apoyo que muestran los gobiernos por los empotrados que constan bajo su control, es decir, son preferibles estos a periodistas unilaterales, independientes y dispuestos a ofrecer una visión global, que incluye la necesaria autocrítica y los aspectos negativos, de los acontecimientos bélicos (véase apéndice I). Peter Arnett, es un periodista estadounidense acusado por un senador de su país a razón de empatizar con Irak en unas de crónicas redactadas desde Bagdad. La *CNN* emitió su material a fin de resistirse a las presiones del gobierno norteamericano en la conocida Guerra del Golfo Pérsico (1991). Otro ejemplo que recoge Chema Suárez (2017, p. 138):

“Y especialmente llamativo es el caso del periodista de Aljazeera Sami Hajj, capturado por las tropas estadounidenses semanas después de la invasión de Afganistán (2001) y trasladado al campo de detenidos de Guantánamo. Lo consideraban vinculado a *Al Qaeda* por sus informaciones sobre esta red, pero después de 6 años de cautiverio, fue puesto en libertad sin cargos”.

Llegados a este punto de la reflexión teórica, ¿podemos cumplir con la veracidad informativa pese a los vínculos empáticos que entablamos en ciertos campos de inmersión y a pesar de las diferentes limitaciones? Una vez más consideramos que se trata de intentar dominar las adhesiones emocionales, de un esfuerzo por parte de los periodistas a distanciarse de la realidad aunque esta invada la intimidad del terreno personal. Ahora bien, el epígrafe que se presenta a continuación aboga por otra forma de vislumbrar la verdad periodística: ser fieles a transmitir aquello que sentimos como profesionales subjetivos a fin de mostrar una experiencia real. En definitiva, ser honestos con nosotros mismos para ser honestos con el público al que nos dirigimos y al que le brindamos la apasionante función social del periodismo.

6. La empatía, indispensable para el periodismo narrativo

Antes de remitirnos a diferentes autores que han definido el periodismo narrativo debemos de puntualizar que esta nueva materialización de la disciplina no es compartida con las presiones propias de la producción de noticias. López Hidalgo y Fernández Barrero (2013, p. 61) dicta que en este caso los periodistas trabajan “como artesanos su lenguaje, y desarrollando sus historias con una extensión que no tendría cabida en las ediciones de prensa diaria”. Ahora sí, con respecto a su definición debemos de considerar que existen distintas controversias: estudiosos de la comunicación afirman que también funcionan la idea de periodismo literario o incluso de crónica por influencias latinoamericanas. Existe dificultad a la hora de delimitar un término que llegue al convencimiento y

aceptación de todo el mundo, pese a eso, sin duda hablamos de una hibridación de géneros periodísticos.

Declara López Hidalgo y Fernández Barrero (2013, p. 61) que “el concepto de periodismo narrativo combina dos elementos fundamentales: investigación periodística - en todas sus modalidades: inmersión, infiltración o protagonismo del autor (periodismo *gonzo*) - y calidad de estilo”. Digamos que el periodismo narrativo impulsa la creatividad narrativa del profesional, transmitiendo relatos verídicos y contrastados que se construyen como si fueran cuentos. Ahora bien, el aspecto que realmente nos interesa es el siguiente: paralelamente a los objetivos informativos el periodista se emociona, vierte la profundidad de sus vivencias en el relato y trata de cautivar al lector con cada una de las historias. Podemos decir que aquí, en el periodismo narrativo, la empatía es la llave indispensable que permite la accesibilidad al corazón de sus fuentes.

La capacidad de emocionarnos es un aspecto que no está excluido a nadie pero, aún así, ¿es posible lograr como periodistas evadir toda adhesión sentimental sobre el asunto que investigamos? ¿O realmente el no eximir tal relación emotiva caracteriza el éxito del periodismo narrativo? Antonio Lopez Hidalgo, profesor y periodista de la Universidad de Sevilla, afirmó en una charla de periodismo narrativo en la Feria del Libro de la ciudad andaluza la siguiente cuestión: “¿por qué los periodistas tenemos que ser los últimos en emocionarnos? Se puede informar y opinar pero también se puede emocionar al lector”. En este sentido, abogamos que la parte de emotividad es necesaria cuando debemos emplearla, a fin de captar la atención de nuestro público y ahondar en la calidad del relato que se presenta, siempre y cuando los objetivos finales cumplan con el compromiso profesional. Pese a que no cabe duda de que la inmersión periodística condiciona su escritura, pensamos que el periodista debe contar con la suficiente claridad intelectual para ejecutar un relato equilibrado: conocedor de los límites de la empatía y de las razones que respaldan su disposición por adentrarse en el interior de sus fuentes. En otras palabras, hablamos de un periodismo narrativo en el que queda reflejado la pasión del proceso de trabajo de campo del profesional pero que, enfatizando en la originalidad del cometido de la disciplina, incluye una investigación de calidad que cumple con el compromiso social. López Hidalgo y Fernández Barrero (2013, p. 62) vislumbran como rasgos fundamentales del periodismo narrativo:

“Desde este punto de vista, la explicación de la subjetividad del informador, la ruptura de la compartimentación tradicional en géneros periodísticos estancos, el uso de múltiples técnicas narrativas la renuncia a las estructuras rígidas y estereotipadas propias del periodismo convencional son vehículos expresivos para aproximarse de una manera diferente a la realidad y de informar acerca de ella”.

Inherente en esa función principal de informar mediante la descripción de las vivencias del periodista cabe la emotividad del reportero puesto que se configura como protagonista de los hechos. A modo de reflexión, ¿hasta qué punto puede el realce de la figura del periodista sobrepasar la problemática que investiga? El periodismo narrativo trasciende la retórica de la objetividad que caracteriza cada género en favor de una fusión estética e informativa que margina la aspiración a la neutralidad tradicional de la disciplina. De acuerdo a López Hidalgo y Fernández Barrero (2013, p. 62 - 63) estamos ante un género informativo de creación cuya función expresiva y estética marca la base de la hibridación. Se trata de una dedicación a la innovación formal y al acceso del interior de las fuentes para lo que resulta esencial la empatía.

La escritora María Angulo manifiesta, en la entrevista documentada en el apéndice II, al respecto a la empatía que “es una herramienta que tenemos en el proceso de trabajo de campo pero que luego, cuando tenemos que hacer reportajes, crónicas o artículos tenemos que distanciarnos de nuestras fuentes”. Este es el equilibrio al que nos referimos que, lejos de que evadir la emotividad resulta difícil en el proceso de inmersión o en el campo de trabajo y de que empatizar es clave, el profesional debe de estar dispuesto a mantener distancia y rigurosidad en la construcción de la información. No se trata de negarse a la inclusión del reflejo emocional del periodista - protagonista en el relato final sino de que, junto a tal pasión vivencial, mantener la rigurosidad informativa. Dicho de otra forma, la empatía no debe de ser condicionante a la hora de retractar tantos los aspectos positivos como negativos examinados en el trabajo de campo. Y por supuesto la ficción no tiene cabida, no podemos hablar de pura creación literaria pero sí de la utilización de técnicas propias de la literatura. Al respecto López Hidalgo y Fernández Barrero (2013, p. 66) declaran que:

“Pero el periodista, al acogerse a los esquemas de los géneros informativos de creación, goza no sólo de la subjetividad de interpretar los hechos, sino de la subjetividad que conduce al autor a crear con el lenguaje, a recrear la estructura del género que trate, a buscar imágenes y procedimientos que no se utilizan en el periodismo convencional pero que sí son frecuentes en los productos literarios”.

En cuanto a los formatos y medios de publicación del periodismo narrativo, abogamos que posiblemente el declive de la prensa en papel está evolucionando hacia esta hibridación. Ya sean inmersiones o periodismo *gonzo*, estamos hablando de una investigación cuya magnitud suponen una innovación estructural posible tanto en el campo del papel como en el terreno digital. Mirando hacia el futuro, ¿será la prensa en papel finalmente el soporte de este tipo de periodismo más lento? A pesar de la gran incidencia y revolución de la prensa digital, aún es característica de esta la superficialidad informativa.

Entonces, ¿quedará la prensa en papel dirigida a una minoría dispuesta a pagar por un periodismo más vivencial? La profesora de la Universidad de Zaragoza, María Angulo, manifiesta en la entrevista final transcrita en el apéndice: “muchos pequeños medios que están surgiendo como buen periodismo al final de donde sacan sus fuentes nutrientes para seguir adelante es de la venta en papel”. Cabe recordar que las publicaciones del Nuevo Periodismo narrativo norteamericano se distribuían en los correspondientes suplementos dominicales. Aludiendo a los géneros más tradicionales, según López Hidalgo y Fernández Barrero (2013), la aplicación de la subjetividad “encuentra en la crónica el género más apropiado para que el periodista pueda expresarse en primera persona”.

Las capacidades empáticas que el periodista desarrolla en su trabajo de campo cuentan entre sus objetivos finales captar la atención del público. De acuerdo a las palabras de María Ángulo recogidas en la entrevista de la presente reflexión teórica, “dentro del periodismo narrativo, esa capacidad de resultar atractivo y de incitar a la lectura quizás se concentra en el primer párrafo. Es una idea, un píldora de lo que te vas a encontrar después”. No se trata de aplicar estrategias como la pirámide invertida. ¿Por qué reincidimos en que la empatía lleva a la atención de la ciudadanía? La respuesta a la cuestión tiene que ver con la continua sobresaturación de datos a la que estamos expuestos, digitalmente hablando, que hace necesaria nuestras técnicas para captar la atención. Eso sí, estrategias no compatibles con titulares excesivamente sensacionalistas y comprometidas con los códigos deontológicos de la profesión. ¿Alternativa? La empatía y la emotividad responden a satisfacer tal necesidad y a incrementar la credibilidad. Por esto motivo, el escritor Josep María Casasús (1991, p. 101 - 102) escribe en su libro:

“La prensa diaria abdicará, previsiblemente, en los modelos, criterios y pautas inspirados en el periodismo hegemónico anglosajón, y sus textos informativos tomarán como referentes primordiales muchos de los rasgos que hoy identifican al periodismo informativo de creación”

También en este sentido Jaime Abello (2012, p. 39) habla de un “periodismo que aspira a enganchar pero apostando por temas duros, al conocimiento, al respeto por la audiencia y no a la engañosa banalidad mediática”. Hoy en día sin embargo no podemos obviar la marginalidad de este tipo de periodismo que, consumido por un público minoritario, promete nuevas formas narrativas realmente atractivas al futuro profesional. Lectores y ciudadanos buscan emocionarse con historias reales, vivir las investigaciones del periodista y valorar consecuentemente las exhaustivas labores de campo. Ahora bien, el profesional debe contar con la suficiente disposición para afrontar las inmersiones o vivencias reales necesarias, querer empatizar y además, cumplir con unos resultados

estéticos en la construcción de la información. Periodismo narrativo es periodismo de calidad siempre que el profesional exima posibles adhesiones emocionales que manipulen el resultado final.

López Hidalgo y Fernández Barrero (2013, p. 73) mencionan la inclusión del periodismo narrativo en la actualidad con revistas estadounidenses como *Esquire* o *The New Yorker* y en revistas pertenecientes al ámbito digital como *The New Republic*. Por su parte, en América Latina encontramos publicaciones impresas como *Etiqueta Negra* o *El Malpensante* y en España recogen los ejemplos de *Digital* o *Jot Down Magazine*.

A modo de conclusión del epígrafe, ¿estamos ante un tiempo periodístico donde la ciudadanía alza gritos de apuestas por la honestidad y la subjetividad del periodista? En este sentido, ¿está la convencional aspiración a la objetividad esclavizando este nuevo compromiso? ¿Aplicarán también los géneros informativos cierta emoción y belleza estética propia del periodismo narrativo? Pese a las altas dosis de subjetividad, la autora Cecilia González (2012: 6) dicta que “son textos periodísticos, basados en la realidad, sin invención alguna”. En otras palabras diríamos que el periodista ofrece un pacto, un compromiso social pero también un espejo de emotividad que, cargado de empatía, nos adentra al corazón de unas fuentes reales, diferentes y en ocasiones lejanas, a las que el profesional está dispuesto a comprender. Al riesgo que sufre el profesional le mueve un sentido de responsabilidad por dar a conocer la versión más próxima a la realidad. Ahora bien, tal y como dice John Berger en *Modos de ver* (1974), no cabe duda de que “nuestra forma de mirar afecta a nuestra bandera de interpretar y comprender la realidad”.

6.1. La honestidad como mayor verdad periodística

¿Puede que la empatía, fundamental en el periodismo narrativo y fruto de la subjetividad, se configure como la expresión más próxima a la verdad periodística? La objetividad en sí misma es inexistente pero, ¿es la honestidad del periodista que arriesga su vida por la investigación el factor clave capaz de aumentar la credibilidad en la ciudadanía? En este aspecto resulta interesante un fragmento del libro *Crónicas y miradas* de la profesora María Angulo que retracta lo siguiente:

“El cronista desde el inicio nos dice: este soy yo, mirando, con mis obsesiones, mis prejuicios, mis limitaciones, mi identidad, mi sexualidad; y escojo esta parcela que acoto conscientemente porque sé que es la única forma que tengo de llegar a vislumbrar algo de verdad; el único medio de interpretar con cierta propiedad esta realidad”.

La empatía es esencial en esa mirada comprometida del cronista no sólo en tanto que traduce aquello que siente y percibe, sino que convida a sus destinatarios con los porqués del presente y en base al conocimiento especula el futuro de una determinada situación. El periodismo narrativo precisa de una mirada participante en la interacción del entorno a investigar que le permite diagnosticar con certeza testimonial su visión de la realidad. Supone una llamada a la reivindicación de la subjetividad del periodista, puesto que somos sujetos intelectuales, como vía honesta capaz de dotar de sentido aquello que publica. Redacta María Angulo (2014) que “ante la velocidad y ansiedad informativa, ante el despliegue de subjetividades, de opiniones fugaces, ocurrentes y lúcidas, el cronista mira en profundidad”. Vivimos en un tiempo caracterizado por la sobreabundancia de superficialidad informativa, una brecha contra el periodismo de calidad arraigada en el mundo digital. No obstante, precisamente por la saturación datos, numerosos lectores y espectadores están iniciando un camino de búsqueda por historias reales, que informen pero que también emocionen. Y sin duda alguna, el material informativo que encontrará de la mano del periodismo narrativo o de géneros como la crónica será más analítico, profundo y pausado.

Otro pilar a destacar es el siguiente: la mirada empática del periodista asume como objetivos dos vías vinculadas a la credibilidad. Por un lado, esta aumenta en tanto que la ciudadanía percibe la profesionalidad del periodista y por otro, contemplar un incremento de la confianza con sus fuentes. Y aquí la empatía se encuentra íntimamente relacionada con un valor fundamental como es la ya mencionada honestidad. Es una cuestión que, en palabras de María Angulo (2014), “emerge de las creencias y que nos hace como lectores confiar también en la mirada y narración de los cronistas”. En este sentido, un profesional - intelectual cuenta con la capacidad de reflejar en sus interpretaciones informativas y narrativas finales una calidad consistente y confianza en sus escritos porque la profundidad de la realidad que analiza es la esencia de su trabajo.

Digamos que a la honestidad le acompaña una ambición profesional por recolectar el mayor número de testimonios posibles, expresados mediante construcciones estéticas esforzadas, y disposición por proceder a una lejanía de sus propios prejuicios. El periodismo de calidad marca nuestra comprensión de la realidad. Por otro lado, escribe María Angulo (2014) que “la crónica toma de la literatura, más que del periodismo, ese afán por conseguir un estilo autorial reconocible”. Luego la credibilidad también lleva nombre, y esa autoría del profesional le va a caracterizar una determinada forma de mirar la realidad y un estilo indentitario.

Debemos de recordar aquí que la mirada del cronista o del periodista de inmersión no puede ser cerrada. Ese compromiso de ir más allá de la superficialidad por parte del profesional cuenta con

una credibilidad admirable pero también debe de invitar a la reflexión ciudadana. La necesaria delegación como intérpretes especializados de la realidad por parte de la sociedad no implica la evasión de dudas, reflexiones e incluso especulaciones basadas en una observación exhaustiva. Esto es honestidad y el reflejo de la duda profesional es sinónimo de verdad, de una transparencia que invita a que el lector u espectador se adentre por sí mismo en toda una gama de grises aún por discutir. Motivo por el cual, volvemos a reiterar que la mirada del cronista debe ser abierta a fin de ofrecer a los destinatarios los suficientes datos contrastados para que reflexione y extraiga sus propias conclusiones. El cronista puede llegar incluso a mostrar su torpeza, como ocurre con la periodista Sonia Budassi en *Mujeres de Dios* (2008) al sumergirse en el mundo futbolístico o reflejar las razones más sinceras de su inmersión, como figura el caso de Laura Meradi en *Alta Rotación*: “Hago esto porque no me queda otra”. La credibilidad aumenta cuando el periodista se hace vulnerable intencionadamente a su público e incluso muestra las continuas luchas con su propio pensamiento.

No se trata de una indicación obligatoria sobre cómo debemos mirar a una realidad o problemática concreta, sino de transmitir tanto aquellas premisas investigadas que sustentan su mirada como los aspectos que la anulan. Manipulación y honestidad no son compatibles y la calidad del buen periodismo no radica en contar tan solo una parcela de la realidad. Sin honestidad no hay verdad. De lo contrario, nos encontramos con la implicación de intereses premeditados que consecuentemente suprimen las indispensables capacidades empáticas. Los testimonios sinceros supone una buena forma de satisfacer no solo la sed de realidad sino el servicio social general que nos incumbe como periodistas.

La mirada empática ha de ser habilidosa y entendida en los tiempos de demanda. Escribe María Angulo (2014) que “lo modélico e incorruptible nos espanta o nos hace levantar la ceja de la sospecha. No nos creemos la perfección, nos resulta mucho más consciente y real el diferente, el neurótico, la histérica, el suicida, hasta el asesino”. La sed de realidad que mencionamos en el anterior párrafo se corresponde con una cierta intromisión al ámbito privado, a la sinceridad de los problemas personales y a la eliminación de las apariencias. Y de nuevo, este campo a la intimidad de las fuentes solo y únicamente es accesible mediante la empatía del periodista.

7. Conclusiones

No somos objetivos, partamos de tal conclusión. Antes que periodistas ejerciendo su mejor respuesta a la vocación, primero somos sujetos y como tales, nuestro mundo queda configurado a todo un tumulto de emociones. La subjetividad, innata al ser humano, desafía las exigencias de la retórica del distanciamiento y del tradicionalismo propio de la prensa anglosajona. Decía Umberto Eco que “el orden de la obra de arte es el mismo que el de una sociedad imperial y teocrática; las reglas de lectura son las reglas del gobierno autoritarias que guían al hombre en todos sus actos”. La percepción del autor es aplicable al periodismo. Las exigencias de la prensa anglosajona han impuesto una única mirada y forma de abarcar la amplitud artística y profesional de la disciplina. Ahora bien, tales exigencias, favorecieron la existencia de grandes géneros como el reportaje neutral (véase apéndice I). Sin embargo, atendiendo a las palabras de Umberto Eco, ¿se sitúa una ideología tras las estrictas pautas de cómo transmitir una lectura del mundo? Los motivos de ensalzamiento que sustentan los mitos fundamentales de la prensa anglosajona y el afán por imponerlos, no se encuentran vinculados a términos como la neutralidad o la imparcialidad. De lo contrario, sostenemos una intención por construir la realidad de una forma determinada. Por tanto, la retórica del distanciamiento merma en el instante en que se coarta la libertad del periodista y tal mito de la objetividad exigida queda conducida en favor de una premeditación.

Atendiendo a la reflexión planteada, ¿cuál es el motivo por el que la incluimos en la conclusión? La cuestión tiene que ver con la subjetividad del periodista, un parecer innato al profesional que le lleva al disfrute en su libertad de pensamiento e interpretación. Sostenemos la necesidad de los acuerdos y principios recogidos en los códigos deontológicos a fin de unificar las reglas generales de la disciplina y otorgar sentido a la moral profesional. No obstante, la pretensión por intentar desaparecer la subjetividad del periodista es tan utópica como querer alcanzar la objetividad. Y es que, precisamente ahí, en los aspectos más consustanciales de la información ponemos en juego la credibilidad de la ciudadanía.

La honestidad en nuestra subjetividad constituye un foco de conexión creíble con nuestro público que incrementa el periodismo de calidad. Eso sí, delimitados al objeto de estudio de la reflexión teórica desarrollada, nos referimos al ejercicio vocacional arriesgado, ambicioso y esforzado que, perteneciendo al sector intelectual del periodismo, decide adentrarse en los propios acontecimientos que investiga inclusive convirtiéndose aquí en la fuente más fiable. Pero además, su ambición profesional le conduce a un añadido: transmitir sus vivencias bajo un reconocimiento autoral

reflejado en sus formas de escritura, otorgando a los resultados de su compromiso social altas dosis de atractividad. Una forma de ejercicio vocacional que sería imposible sin la empatía: la llave al corazón de sus fuentes y cualidad emocional que en muchas vivencias abrirá el suyo propio.

Ahora bien, las premisas planteadas y las vías resolutivas destinada a la obtención de la confianza social, quedan sometidas a una serie de condiciones que aprueban las hipótesis planteadas. Esa empatía que puede llegar a ser sinónimo de calidad implica un proceso de aprendizaje en el campo de trabajo. Los estudios en inteligencia emocional, ya desarrollados en los primeros epígrafes, demuestran que tales habilidades aumentan la valía personal y profesional no solo en los propios individuos, sino que incrementa la efectividad de las relaciones sociales que emprende con su entorno, ¿y qué es ser periodista sino precisamente el acercamiento a los complejos mundos de toda una multitud de fuentes? Sin embargo, la aproximación al entorno que investigamos no es innata como la subjetividad, es esforzada en su profesionalidad por lograr que la empatía no juegue en su contra. Esto es, nos referimos aquí, a la disposición de transmitir a contar, no solo los aspectos positivos, sino también los negativos inclusive con aquellas fuentes de mayor relación empática. El distanciamiento tiene que ver con no perder la capacidad crítica porque, de lo contrario, lo emocional prevalecerá sobre la rigurosidad en la información. Ello no exime la subjetividad del periodista sino que la enfatiza desde la honestidad del profesional.

Cabe puntualizar la demostración de las hipótesis referentes a la empatía como arma de manipulación. Nos referimos a la instrumentalización emocional por parte del periodista a fin de lograr ciertos objetivos en sus fuentes, metas que precisamente no se corresponden con la moral - ética deontológica establecida. El doble filo de la empatía radica en su fuerza en la venta de ideas predeterminadas y apoyo de acciones impulsadas emocionalmente, así como en el fomento de una clara amplificación sentimental a objeto de ganar audiencias. El peligro de la empatía se halla precisamente en los motivos que la mueven y que, tal y como ocurre con las palabras, puede ser usada correcta o perjudicialmente.

Demostradas las hipótesis planteadas en el campo de estudio, concluimos la necesidad de un discernimiento no solo cognitivo, sino también emocional por parte de los periodistas - intelectuales para tomar distanciamiento en la instrumentalización sentimental a nivel mediático. Un periodismo que, a la sobrecarga emocional del profesional, le añade la rigurosidad de una investigación que plantea soluciones y expone problemáticas contundentes a la sociedad. El profesor de la Universidad de Yale, Paul Bloom, dicta precisamente las diferencias entre la empatía y la compasión. La primera, podríamos retractarla en tanto que el periodista se sumerge en la situación

emocional de la fuente mientras que, la segunda, el grado de empatía merma en favor de, no solamente comprender las circunstancias del entorno, sino de ofrecer soluciones a lo emocional: alma del periodismo de investigación.

Como toda pérdida, tratar de recuperarla implica un sobreesfuerzo y precisamente a esto es a lo que nos enfrentamos con el desafío de la credibilidad. Sin duda alguna, el denominado periodismo de la empatía resulta atractivo a la audiencia en sus diferentes formatos de expresión: audiovisual, libro, prensa digital o escrita, radio, etc. Ahora bien, ese sobreesfuerzo por lograr la confianza y tratar de levantar el futuro de la disciplina, implica riesgos: bien a niveles personales, como ocurre con las adhesiones implícitas en el periodismo de inmersión, o bien a niveles profesionales en su intento de aumentar el discernimiento del uso de la empatía que tiene cabida en los medios de comunicación. Como hemos dicho, nos enfrentamos al reto de la credibilidad pero a todo lo anterior que planteamos, le sigue un desafío aún mayor: la honestidad del periodista. Porque esta, característica esencial de la buena vocación, va en contra de nuestras propias dependencias, de las máquinas empresariales de inmediata rentabilidad económica que a menudo son intocables.

A modo de conclusión, diremos que aún no somos conscientes de las garantías que conlleva la aplicación emocional en la profesión periodística. Las herramientas de esta son, inclusive, igual de necesarias que las vinculadas al conocimiento y permite la captación de señas sutiles, explícitas o implícitas, que parecen guiarnos la dirección del objeto de estudio a investigar. La empatía también está favoreciendo el resurgimiento de nuevas especializaciones como el periodismo narrativo, toda una hibridación de géneros a favor de la subjetividad y del yo auténtico del profesional, que parece vislumbrar el futuro de la disciplina: ofrece salidas a la actual crisis de la empresa periodística (véase apéndice I). Eso sí, sostenemos la necesidad de ser prudentes con esta nueva alternativa, fiel desafiadora de los mitos de la prensa anglosajona, porque también puede distorsionar la realidad.

El intento de no manipulación, consciente o inconsciente, implicaría el reconocimiento de un periodista - intelectual que ha asentado sus valores profesionales sobre principios morales como la honestidad. Y con honestidad, nos referimos no solo a la hora de construir la información, sino en ser conscientes de las preconcepciones culturales, sociales u personales, adheridas a nuestra condición de sujetos e intentar mitigarlas: disposición a emplear la empatía hacia fuentes que no son compatibles con nuestros ideales o formas de vivir la realidad, este es el arte del periodista. Porque, por mucho que pretendan, poderes y magnates del mundo empresarial, los periodistas no somos máquinas que acudimos sobresaturados a cubrir la oficialidad. De lo contrario, somos sujetos a cuya

vocación se les ha encargado satisfacer el derecho fundamental a recibir información de la Constitución, y precisamente mermar nuestra subjetividad es tratar de destrozar el cometido de la interpretación y por consiguiente, la capacidad de la crítica rigurosa. Aunque, eso sí, si somos contrapoder, esta última es clara enemiga del poder. El mismo que, por cierto, en ocasiones insta a la inmediatez por encima de la calidad y dificulta que desarrollemos nuestras capacidades empáticas para dar a conocer nuevas perspectivas de la realidad a la sociedad.

8. Apéndices

8. 1. Apéndice I: Entrevista a Antonio López Hidalgo

A. Me gustaría comenzar la entrevista leyendo un extracto del libro de *Crónicas y Miradas* de María Angulo que dice lo siguiente:

“El cronista desde el inicio nos dice: este soy yo, mirando, con mis obsesiones, mis prejuicios, mis limitaciones, mi identidad, mi sexualidad; y escojo esta parcela que acoto conscientemente porque sé que es la única forma que tengo de llegar a vislumbrar algo de verdad; el único medio de interpretar con cierta propiedad esta realidad”.

¿Cree que a través de esta nueva forma, que tiene que ver también con esa hibridación de géneros del periodismo narrativo, podemos volver a lograr la credibilidad que nos falta en la sociedad? Es decir, ¿podríamos considerar que la honestidad del profesional es la expresión más próxima a la verdad periodística?

ANTONIO LÓPEZ HIDALGO. Bueno, aquí es necesario que recordemos la historia. A finales del siglo XIX, se da una serie de circunstancias que van a desarrollar el periodismo pero que van dejar la figura del periodista a un lado. Por una parte, encontramos el telégrafo que es el medio con el que comienza la inmediatez y la prosa desprovista de adverbios y adjetivos y por otra parte, el nacimiento del periódico como empresa capitalista con el periodismo informativo. Estos elementos juntos llevan a las empresas a apoyarse en lo que se conoce como la retórica de la objetividad o del distanciamiento, es decir, el periodista se tiene que distanciar para ser objetivo a fin de no manchar con sus opiniones y emociones los acontecimientos.

Se trata de una manera de contar las cosas que ha imperado durante todo el siglo XX, sin embargo, antes no era así. Existían muchos textos donde efectivamente contaba la argumentación emocional, la empatía y el yo del periodista. En esa subjetividad estaba el compromiso social del profesional porque el periodista es una persona que tiene una ideología, una manera de pensar y de entender la vida. John Reed era comunista, y precisamente por ello se percató de los acontecimientos que iban a ocurrir en Moscú. El periodista ejerció la vocación en esta ciudad y escribió la mejor crónica del siglo XXI titulada *Diez días que conmovieron el mundo*. Ese periodismo comprometido en primera persona lo practicó también Manuel Chaves Nogales y todos los muckrakers.

Pero esto se va perdiendo y las escuelas anglosajonas van apareciendo por lo que en los libros de estilo, la empatía y el yo del periodista desaparecen. Esto tiene su parte negativa porque desaparece la persona del profesional que muchas veces tiene que contar demasiadas cosas. Pero también tiene una parte positiva, esa objetividad, esa manera de contar las cosas sin alma produce uno de los grandes géneros del periodismo que es el reportaje neutral. Aquí existe la interpretación literaria, jugando con el lenguaje pero no con los hechos. Es un compromiso social del periodista si atendemos a la retórica del distanciamiento pero, ¿por qué no incluir la opinión? El periodista tiene que informar, ¿pero por qué tiene que informar de manera objetiva? ¿Por qué no puede hacerlo de manera subjetiva? Si el periodista ha vivido una guerra, un conflicto u otras situaciones no tan dramáticas, esa vivencia es importante.

Hay tres tipos de argumentación: opinión, otra amparada en la retórica del distanciamiento en el que no opinas pero recoges las perspectivas de los demás y la tercera que es la argumentación emocional donde, a través de la sensibilidad estamos conmoviendo al lector. En parte es la que durante un siglo se ha rechazado del periodismo. La importancia del periodismo narrativa es precisamente que el reporterismo está basado en hechos que el profesional ha conocido. La inmersión condiciona la escritura puesto que toda la parte previa de investigación posteriormente nos va a comprometer, gustar, asquear, etc. Todo esos adjetivos que estaban prohibidos ahora tienen su función. Son aspectos importantes para contar la historia y si antes no aparecía en los textos periodísticos, ahora sí. Tampoco aparecía en la literatura porque aquí vemos a un yo falso pero el yo del periodista es auténtico, real, es comprometido con los hechos.

Es un periodismo narrativo distinto al literario del siglo pasado. Había algunos autores como George Orwell o Nellie Bly. Ahora esto se retoma pero se renueva siendo mucho más autocríticos que nunca. De esta forma, interesan las vivencias del periodista porque va a condicionar la escritura. Aquí se hibridan géneros: la autobiografía, la biografía de los personajes, crónica, ensayo, etc. El

producto que se saca es nuevo. En esa honestidad, en esa empatía viene la conexión con el público y la credibilidad, ahora la empatía ha ganado espacio. El periodismo narrativo pertenece más a América en general, no obstante, en Latinoamérica hay periodistas que lo practican pero muy pocos los que lo estudian. Y esta hibridación poco tiene que ver con la interdependencia clásica que muchos sostienen entre literatura y periodismo. El periodismo tiene una autonomía pero no depende de la literatura. Ahora que tanto se habla del yo, en la literatura tiene menos fuerza porque siempre le pone algo de ficción.

A. En este sentido si hablamos de un aumento de credibilidad, ¿podemos decir que esta nueva forma de hacer periodismo, un periodismo más lento y que desafía la inmediatez a la que estamos expuestos, vislumbra el futuro de la profesión?

ANTONIO LÓPEZ HIDALGO. Es una de las salidas de la profesión. Son maneras de ampliar el abanico para crear nuevas narrativas y siempre que estalla una crisis aparecen nuevos formatos. Actualmente hay mucha dependencia de la comunicación corporativa. No tiene por qué ser propaganda, es sencillamente que hay alguna rueda de prensa y hay que cubrirla. Pero hay una sobresaturación de esa oficialidad que, unida a la precariedad del periodista y a la rutina del profesional, dan con resultado un periodismo sin alma.

A. ¿Piensa que el periodismo narrativo y periodismo de inmersión, se dirige a un círculo más reducido? Estamos hablando de un público que ha de poseer interés primero por leer, y luego por conocer este tipo de historias documentadas.

ANTONIO LÓPEZ HIDALGO. Mi teoría es la siguiente. Ha habido una brecha económica, eso va a provocar una brecha social y esas dos brechas provocan la tercera que es la cultural. Esta última es la más peligrosa de todas. Cada vez va a venir menos gente a la universidad, menos recursos, donde mucha culpa la tiene el uso de Internet por la facilidad de cotilleos, *fake news*, informaciones superficiales, etc. El periodismo de calidad va a quedar en una cantidad de revistas y periódicos cuyo público va a ser culto. Se está produciendo una brecha cultural que se comienza a ver pero eso no significa que el periodismo sea de élite porque esta hibridación en la narración periodística está hecha para todos los públicos. La gente no lo conoce porque se está comenzando a estudiar ahora. Vamos hacia un cambio y esto siempre choca, no está en los planes de estudios pero complementa y amplía la otra forma convencional.

Hay un periodismo que es de libro como *A Sangre Fría*. Siempre que hablamos del periodismo hablamos de todos los medios pero no del libro, es algo que se obvia pero por ese concepto de subjetividad que nos choca. El aspecto del periodismo creativo siempre ha estado ahí, la documentación no tiene por qué ser fría, posee muchos registros y cada día se amplía más. Eso no implica abandonar la inmediatez del periodismo porque ha de ser rápido, la ciudadanía quiere enterarse de esos hechos que transmitimos.

A. Por muchos años, o al menos era una pre-concepción personal antes de llegar a la facultad, tenía la idea de que calidad periodística y subjetividad no eran compatibles cuando realmente la objetividad es imposible. Pero, aún así, en el caso del periodismo de inmersión, donde estamos hablando de un aumento de implicación emocional, ¿cree que los periodistas somos capaces de distanciarnos del entorno, para luego construir una información de calidad (aspectos positivos y negativos, ser críticos)?

ANTONIO LÓPEZ HIDALGO. Bueno, el ser humano se impregna de todo y el periodismo como todo ser humano le puede afectar o intoxicarse de alguna manera que le lleve a un mal trabajo. Todos los periodistas tienen trabajos fallidos. El periodista debe ser permeable y todo lo que viva debe saber traducirlo pero todos nos hemos equivocado. Pero cuando intentamos ser honestos, se logra. Hay de todo, hay periodistas que le gusta la profesión y en entrevistas ahondan más que los demás, buscan temas que contienen algún riesgo, peligro, otros periodistas rehuyen, etc. Pero el auténtico periodista lo lleva en la piel, es ambición profesional. Los aspectos que cuenta debe asumirlos y contarlos, siempre pensando en lo que afecta al profesional que también interesa la lector. Cuando escribimos el libro de *El sindicato clandestino de la guardia civil* a modo de reportaje, en el introducción decíamos dos frases importantes: hay noticias que forman parte de tu vida y que no la puedes desperdiciar en las tres líneas de un teletipo y por otro, vemos los acontecimientos tan de cerca que llegamos a ser la propia fuente. Después de la publicación, nos llamaron para saber qué les había pasado a los periodistas. El concluido de la guardia civil es muy interesante pero a la gente le interesan la vida de los profesionales porque forman parte de la historia, una parcela que se ha obviado.

A. Creo que sin empatía es imposible hacer periodismo pero con respecto al estudio de las repercusiones que tiene, me resulta bastante interesante el caso de los periodistas empotrados. Y al respecto, el autor Chema Suárez en su libro *Periodismo y Derecho Internacional*:

“Cuando un corresponsal viaja, come y duerme junto a la tropa de la que depende su seguridad y con la que corre los mismos riesgos, es difícil que narre los hechos con la objetividad necesaria para que sean creíbles”.

“La empatía entre periodistas y soldados otorga excelentes resultados a quienes pretenden confundir la información con propaganda”.

De hecho, Chema Suárez hace referencia a un estudio titulado *Project for Excellence in Journalism* de Washington que analiza el seguimiento informativo de la guerra de Irak en 2003. Al respecto afirma:

“El resultado prueba que los periodistas estadounidenses que trabajaban empotrados entre los soldados difundían sus críticas plagadas de comentarios patrióticos con evidentes muestras de satisfacción por el éxito de las operaciones militares de los marines norteamericanos o el fracaso de los iraquíes. El estudio también alerta a los cuidados sobre la difusión de una versión distorsionada que no refleja la realidad y concluye que las cadenas de televisión norteamericanas cuyos periodistas estaba integrados con los soldados, no emitan imágenes violentas y optaban por transmitir una guerra con poca apariencia de serlo”.

- Cree que, ¿esa protección que brinda el ejército norteamericano a los periodistas es una forma de protección o de censura?

ANTONIO LÓPEZ HIDALGO. En la primera guerra del golfo que es cuando comienzan a desaparecer las fotografías de los muertos y salían publicadas las mujeres soldados pintándose los labios y leyendo libros, vemos una manipulación de la realidad. Pero es curioso que llega el atentado de las torres gemelas y no vemos ningún muerto, ocurre el atentado del 11M de Madrid y los vemos todos, pero del atentado de Londres tampoco vimos ninguno. No se ven sus muertos pero sí el de los demás. Todavía no sabemos donde está el cadáver de Bin Laden pero sin embargo, nos enseñaron el de Saddam Husain ahorcado o el de Gadafi. ¿Por qué aparece unos muertos y otros no? Esto es una auténtica manipulación.

Respondiendo a tu pregunta, evidentemente los reporteros de guerra que van con las tropas americanas ya están condicionados. Ahora bien, podemos adentrarnos en un bando para ver cómo los americanos hacen la guerra que esa sería la actitud del periodismo de inmersión pero no del corresponsal de guerra. En todas las guerras los corresponsales están en un bando o en otro, siempre están condicionados. A la hora de transmitir mandan a los periodistas más patrióticos igual que

ocurre cuando mandan a reporteros a cubrir ruedas de prensa del PP, todo con el objeto de que haya cierta empatía para conseguir información.

8. 2. Apéndice II: Entrevista a María Angulo

A. El periodismo en la actualidad está atravesando un momento bastante difícil, debido a diferentes circunstancias pero, ¿realmente piensas que esta hibridación en cuanto al periodismo narrativo y encubierto, esta honestidad que el periodista debe de desarrollar al conocer el interior de sus fuentes, puede devolvernos como profesionales esa credibilidad en la ciudadanía?

MARÍA ANGULO. Tanto el periodismo narrativo como el periodismo de datos son digamos las dos vertientes que están ahora en bastante auge y que por dos estrategias diferentes están aportando al contexto la documentación y la interpretación adecuada a las realidades que están surgiendo. Esto hace que verdaderamente podamos confiar en la voz de los periodistas porque al leer esos trabajos vemos que hay toda una labor de investigación. No se trata de informaciones en formato *Twitter* o redes sociales sino que es un trabajo elaborado. La voz de los narradores que nos están contando esas historias realizan un trabajo de campo muy exhaustivo, eso lo vemos, lo comprobamos y por aquí es donde la credibilidad al periodista se está afianzando.

A. En este sentido si hablamos de un aumento de credibilidad, ¿podemos decir que esta nueva forma de hacer periodismo, un periodismo más lento y que desafía la inmediatez a la que estamos expuestos, vislumbra el futuro de la profesión?

MARÍA ANGULO. Yo creo que por ahí es por donde debe ir y creo que también se hermana bastante con un formato en papel que no se va a perder. El periodismo narrativo está navegando tanto en lo digital como en papel. Numerosos pequeños medios, que están surgiendo como buen periodismo, al final de donde sacan sus fuentes nutrientes para seguir adelante es de la venta en papel. Creo que por aquí va la línea. Otra impresión que me da es que se trata de un periodismo marginal, es decir, no creo en el planteamiento de que vaya a ser una lectura de masas. Está llegando a más gente pero siempre va a ser un círculo más reducido porque tienen que tener bastante interés primero por leer, y luego por conocer este tipo de historias documentadas. Esto es siempre una minoría. Digamos que es el ciudadano se quiere informar de un suceso o de un acontecimiento

por un medio convencional incluso por las propias redes, pero que cuando quiere profundizar en ello acude a estas otras fuentes con nuevas formas de narrar.

A. ¿Tiene que ver esto con la educación mediática en España?

MARÍA ANGULO. Sí, sí. Claramente. Cada vez estamos todos más educados mediáticamente porque no nos queda otro remedio que manejarnos en el ámbito de lo digital. Conforme vayan pasando las etapas de falta de credibilidad acabaremos viendo que sí que existen mediadores que funcionan, es decir, que no dejamos todo en manos de cualquiera sino que hay profesionales que merecen la pena. Esa segmentación de cuáles son los profesionales que nos interesan y que nos cuentan bien las cosas las elige el ciudadano porque es el que está interesado por la verdad.

A. ¿Cree que esa mirada o ese esfuerzo del periodista por empatizar con sus fuentes puede afectar para mal posteriormente la construcción de la información?

MARÍA ANGULO. No. Yo no creo que la empatía sea algo que vaya a dificultar la credibilidad sino que justo lo contrario. Creo que es una herramienta que tenemos en el proceso de trabajo de campo pero luego cuando tenemos que hacer reportajes, crónicas o artículos ya tenemos que distanciarnos de nuestras fuentes y contarlo desde el rigor posible y aludiendo tanto aquellos aspectos positivos como negativos que hayamos visto en el trabajo de campo. Pero la empatía es en parte como cuando se habla de la objetividad. Esta es una herramienta que tenemos ahí como meta, otra cosa es que sepamos que la objetividad no existe. Saber que vamos a ser subjetivos es obvio. Y desde luego a mí me parece que la empatía con la idea de yo he llegado hasta aquí y esto es lo que podemos retratar, es un rasgo de honestidad que el ciudadano también lo agradece.

A. Paul Bloom es un psicólogo y profesor de la Universidad de Yale que ha publicado un libro titulado *Against Empathy: The Case for Rational Compassion* en el que postula que nuestros niveles empáticos aumentan con las personas más iguales a nosotros. En este sentido, ¿puede que la empatía sea correcta siempre que el periodista cuente con la suficiente disposición como para alejarse de sus propios ideales?

MARÍA ANGULO. No he leído el libro de Paul Bloom, supongo que ha realizado una labor psicológica solvente buena, habría que ver exactamente cuál es el asunto pero la empatía para el periodista es básica. Otro autor que se llama Jorge Golvich aludía no desde un punto de vista más científico pero si desde cuestiones psicológicas de las neuronas espejo para poder entender al otro.

Si no desarrollamos esa capacidad empática no podemos comprenderlo. Evidentemente cuanto más cerca esté la realidad de aquel que abordamos a la nuestra, nos va a resultar más fácil esa labor empática pero en líneas generales creo que, a parte de la curiosidad, la otra gran herramienta que tiene el periodista es la empatía. No creo que se pueda estar en contra de ella.

A. En muchas ocasiones, para que la audiencia logre empatizar con la fuente a la que entrevista el periodista, este amplifica el sentimentalismo de las preguntas, ¿puede ser en este aspecto la empatía un canal de manipulación?

MARÍA ANGULO. No sé si eso es exactamente empatía, lo que sí que entiendo es que el periodista luego tiene que conseguir que su trabajo se vea y que se lea. Para ello pues evidentemente tiene que acudir a las técnicas que hoy desarrollamos para que ese texto sea atractivo o sea interesante para el lector. Depende también del medio en que trabaje. Dentro del periodismo narrativo, esa capacidad de resultar atractivo y de incitar a la lectura quizás se concentra en el primer párrafo. Es una idea, un píldora de lo que te vas a encontrar después pero no contarle todo porque no se trata ni mucho menos de acudir a estrategias de otro tipo como la pirámide invertida. Los relatos de periodismo narrativo no van por aquí, pero el primer párrafo debe de captar la atención. Aquí sí nos podemos referir más a esa empatía con el público, pero yo me refiero más a ese trabajo de empatía con las fuentes para hacer atractivo el trabajo del periodista, obtener la información y “robarles el alma”.

A. ¿Sabe de algún profesional que precisamente esa empatía desarrollada en el proceso de trabajo de campo le haya influenciado en su vida personal?

MARÍA ANGULO. Sí. Cristian Alarcón, es un periodista que estuvo como cinco años metido en las miserias de Buenos Aires para hacer sus dos trabajos de periodismo narrativo. Uno de los protagonistas los llegó a adoptar y actualmente es su hijo. Creo que uno de los casos más antiguos es de un historiador argentino con el libro de *La historia de los indios ranqueles*, que llegó con la mirada del conquistador a los indígenas del territorio y acabó quedándose a vivir con ellos. Han ocurrido diferentes historias a lo largo del periodismo donde la convivencia es tan estrecha que al final no diferencias una cosa de la otra o te cuesta más trabajo diferenciarla. Llegas no a tener una actitud participante sino a integrarte prácticamente con esa comunidad o en ese territorio en el que te adentras.

9. Bibliografía

LIBROS

- ANGULO, MARÍA (2014). *Crónicas y miradas*. Madrid, Libros del K.O., 2013. Edición Kindle.
- BLOOM, P. (2017): *Against Empathy: The Case for Rational Compassion*.
- BLY, N. (2009): *Diez días en un manicomio*. Barcelona, Ediciones Buck.
- CACHO, L. (2010): *Esclavas del poder*. Barcelona, Ediciones Debate.
- CANTAVELLA, J. (2015): *La entrevista como conversación dirigida*. Barcelona, Editorial UOC, S.L.
- CASASÚS, JOSEP (1991): *Estilo y géneros periodísticos*. Barcelona, Editorial Ariel.
- GOLEMAN, D. (1996): *Inteligencia emocional*. Barcelona, Kairós.
- HERRERO, O. (2016): *La ventana interior: inteligencia emocional aplicada al periodismo*. Madrid, Fragua.
- HOFFMAN, MARTIN L. (1984). *Empathy, Social Cognition, and Moral Action*. Nueva York, W. Kurtines y J. Gerwitz.
- HUETE MACHADO, L. (2009): *Nellie, la reportera original*, en *El País Semanal*.
- LÓPEZ GARCÍA, X. (2012): *Movimientos periodísticos. Las múltiples iniciativas profesionales y ciudadanas para salvar los elementos básicos del periodismo en la era digital*. Salamanca, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- LÓPEZ HIDALGO, A; FERNÁNDEZ BARRERO, M^o A. (2013): *Periodismo de inmersión para desenmascarar la realidad*. Salamanca, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- MAYER, J. D. & SALOVEY, P. (1997): *¿What is emotional intelligence?* Ediciones P. Salovey and D. Sluyter.
- NEIRA, E. (2015): *La otra pantalla*. Barcelona, UOC (Universitat Oberta de Catalunya).
- REDFIELD, R. (1955): *The Little Community*. Chicago, University of Chicago Press.
- REIK, T. (1949): *Listening with the third ear*. Nueva York, Farrar, Strauss & Co.
- REPETTO, T. (1992): *Fundamentos de orientación: la empatía en el proceso orientador*. Madrid, Morata.
- RODRÍGUEZ, P. (1994): *Periodismo de investigación: Técnicas y estrategias de investigación*. Barcelona, Ediciones Paidós.
- RUSSELL, JAMES A. (2003): *Core Affect and the Psychological Construction of Emotion*.
- SALAS, A. (2011): *El Palestino*. Madrid, Temas de Hoy.
- SALAS, A. (2011): *El año que trafiqué con mujeres*. Madrid, Temas de Hoy.

SALAS, A. (2010): *Diario de un skin: un topo en el movimiento neonazi español*. Madrid, Temas de Hoy.

SMITH, RON F. (2003): *Groping for ethics in Journalism*. Iowa, Blackwell Publishing Company.

STERN, D. (1987): *The Interpersonal World of the Infant*. Nueva York, Basics Book.

SUÁREZ SERRANO, C. (2017): *Periodismo y derecho internacional humanitario*. Madrid, Dykinson.

VARIOS AUTORES. MONTES, B; ARANDA, M.; CASTILLO, M^a.; MARTINEZ, L.; MONTILLA, J; MORA, M; OLMEDO, C.; PÉREZ, L. (2011): *Émpatas. La Capacidad de sentir como la otra persona*. Granada, Ruiz de Aloza Editores, S.L.

WALLRAFF. G. (1987): *Cabeza de turco*. Barcelona, Círculo de lectores.

WOLFE, T. (1998): *El nuevo periodismo*. Editorial Anagrama.

CITAS EN SEGUNDO GRADO

“Comprender lo que el otro siente”; “sentir lo que el otro siente” (SIMONE, Cit. Apud. , OLMEDO. P, 2011, p. 1)

Estudio de los violadores de niños (PRENTKY, R. Cit. Apud., GOLEMAN, D, 1996, p. 171)

“Nuestra forma de mirar afecta a nuestra bandera de interpretar y comprender la realidad”. (BERGER, J. Cit. Apud., LÓPEZ HIDALGO. A; FERNÁNDEZ BARRERO, M^o A. 2013)

“Las tres cuartas partes de las miserias y malos entendidos en el mundo terminarían si las personas se pusieran en los zapatos de sus adversarios y entendieran su punto de vista” (GANDHI, Cit. Apud., OLMEDO. P, 2011, p. 13)

“Los verdaderos oyentes empáticos hasta pueden oír lo que se dice en el silencio. Lo más importante en la comunicación es oír lo que no se están diciendo”. (DRUCKER. PETER F. Cit. Apud., OLMEDO. P, 2011, p. 133)

“Los gestos siempre ocurren poco antes de la parte más enfatizada de lo que uno está diciendo” (CASSEL, J. Cit. Apud., GOLEMAN, D. 2013, p. 122)

“Son textos periodísticos, basados en la realidad, sin invención alguna” (GONZÁLEZ, C. Cit. Apud., LÓPEZ HIDALGO. A; FERNÁNDEZ BARRERO, M^o A. 2013)

RECURSOS WEB

ARNAL, L. (2016): *Empatía, la clave para la innovación*. TEDxCalzadaDeLosHéroes. Vídeo, Youtube: https://youtu.be/E5kaxWOH_2o Última consulta 21 de marzo de 2018.

BLOOM, P (2016): *Against Empathy: The Case for Rational Compassion*. Carnegie Council for Ethics in International Affairs. Vídeo, Youtube: <https://youtu.be/yhCGmDJQRpc> Última consulta el 2 de mayo de 2018.

BUSH, G. (2003): *George Bush declara la guerra a Irak*. Vídeo, Youtube: <https://youtu.be/foYUkSLJNpo> Última consulta el 3 de mayo de 2018.

BUSH, G. (2011): *Discurso de George Bush tras el 11S*. Vídeo, Youtube: https://youtu.be/LVN4AG_5wi4 Última consulta el 3 de mayo de 2018.

DOCUMENTAL RESTREPO (2010): Vídeo, Youtube: <https://youtu.be/JkUSAWH2aj4> Última consulta 17 de mayo de 2018

DOCUMENTAL VENDER LA GUERRA: Vídeo, <https://www.dailymotion.com/video/xjl76> Última consulta 4 de mayo de 2018.

EL MUNDO (2015): *El padre de Aylan: fue correcto publicar esa foto* (ed. electrónica), 26, septiembre. <http://www.elmundo.es/television/2015/09/26/560676f122601d7c638b4577.html> Última consulta 25 de marzo de 2018.

FAPE. <http://fape.es/home/codigo-deontologico/> Última consulta 2 abril de 2018.

FINZI P., D. (2017): *El teatro es empatía: necesitamos al público y danzamos con él*, en *Noticias de Navarra*. <http://www.noticiasdenavarra.com/2017/12/09/ocio-y-cultura/cultura/el-teatro-es-empatia-necesitamos-al-publico-y-danzamos-con-el> Última consulta el 12 de mayo de 2018.

HERNÁNDEZ. E. (2015): *Por qué publicamos la foto*, en *El Periódico* (ed. electrónica), 4, septiembre. <https://www.elperiodico.com/es/opinion/20150903/por-que-publicamos-la-foto-4478963> Última consulta 20 de marzo de 2018.

HETHENTINGTON, T. (2010): Entrevista en *FaderTV*. Video, Youtube: https://youtu.be/CTCebIgg_JA Última consulta el 12 de mayo de 2018.

IGLESIAS, P. (2014): *Repita conmigo*, en *La Sexta Noche*. Vídeo, Youtuube: <https://youtu.be/JhpdM8hv82Q> Última consulta 15 de mayo de 2018.

KRNZARIC, ROMAN (2013): *Cómo comenzar una revolución empática*. TEDxAthens. Vídeo, Youtube: <https://youtu.be/RT5X6NIJR88> Última consulta 23 de marzo de 2018.

LINDO, E. (2010): *Periodistas*, en *El País* (ed. electrónica), 19, mayo. https://elpais.com/diario/2010/05/19/ultima/1274220001_850215.html Última consulta 9 de marzo de 2018.

PAONE, M. (2017): *La empatía, alma del periodismo*, en *Cadena Ser* (ed. electrónica), 8, octubre, http://cadenaser.com/programa/2017/10/06/a-vivir-que-son-dos-dias/1507290882_653026.html Última consulta 15 de marzo de 2018.

SIMS, N. (2009): *Los periodistas literarios*, en *La tinta de la calle* (blog). <http://tintadelacalle.blogspot.com.es/2009/08/los-periodistas-literarios-norman-sims.html> Última consulta 13 de abril de 2018.

TABÚ. (2016): *Infancia Robada - Duelo*. Vídeo, Youtube: <https://youtu.be/eWCjD2EoKN4> Última consulta 13 de marzo de 2018.

TABÚ. (2016): *Infancia Robada - Monstruo*. Vídeo, Youtube: <https://youtu.be/ZJeO7jnhzbM>
Última consulta 10 de marzo de 2018.

THE PARENTS CIRCLE, HELLO PEACE (2007): *Line of hope links Palestinians and Israelis*, en *BBC News* (edición electrónica), 17, agosto. http://news.bbc.co.uk/2/hi/middle_east/6948034.stm
Última consulta 13 de marzo de 2018.

ÚCAR, A. (2016): *Periodismo vivencial: vivirlo para contarlo*. TEDxAlmendraMedieval. Vídeo, Youtube, https://youtu.be/5D_aXQzOR5M Última consulta 16 de marzo de 2018.

REVISTAS CIENTÍFICAS / ACADÉMICAS

ABELLO, J. (2012): *Periodismo narrativo y estética de la recepción. La ruptura del canon y la nueva crónica latinoamericana*. Última consulta 22 de marzo de 2018.

CÁCERES, M^a D. (2010): *El discurso de la televisión en la cultura del espectáculo: los procesos de mediación en los programas de la telerealidad*. Universidad Complutense de Madrid. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29719345014> Última consulta el 14 de mayo de 2018.

LERENA CHICOTE. J. (2006): *Los enemigos del periodismo de investigación* (ed. electrónica) Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Universidad Complutense de Madrid. <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0606110071A/12268> Última consulta 22 de marzo de 2018.