

8.2. Periodismo de colores

Por Hugo Aznar

En las dos últimas décadas hemos asistido al crecimiento de un *periodismo de colores* que ha desplazado en protagonismo social a un periodismo más responsable y riguroso, que a algunos les parecía demasiado 'gris' para los tiempos que corren. Este *periodismo de colores* combina el amarillo del sensacionalismo que sobredimensiona y exagera ciertas noticias; el rojo que destaca los elementos luctuosos y morbosos de la información; y el rosa del espectáculo, que tiende a considerar a los protagonistas de todas las informaciones como famosos por unos días.

Lo malo no es que haya medios o periodistas que practiquen este *periodismo de colores*: seguramente siempre los ha habido y los habrá. Lo malo es que este tipo de *periodismo* ha ganado relevancia social en los últimos años y se ha convertido en un referente casi inevitable para medios que deberían ejercer una mayor responsabilidad, como las televisiones o algunos de los periódicos más vendidos. Lo malo,

asimismo, es que para no pocos periodistas ha pasado a ser el modelo a seguir en un contexto donde el público está saturado de mensajes, de estímulos, de ofertas mediáticas, etc.; y donde hay que ganarse a ese público al parecer a cualquier precio.

Cuando este *periodismo de colores* se aplica a determinados temas e individuos, como toda la caterva de personajes mediáticos que tanto abundan hoy, produce un cierto desaliento. Pero basta con desconectarse de estos contenidos y de estos programas para no verse demasiado afectado por ellos. Lo peor es cuando este tipo de *periodismo* se aplica a asuntos que requieren un tratamiento muy distinto. Entonces el daño que produce puede ser muy grave.

Uno de estos asuntos, especialmente relevante, es el de la violencia que afecta o involucra a menores. Por desgracia cuenta con los requisitos perfectos para ser víctima fácil del *periodismo de colores*: llama la atención, más aún bajo ciertos tratamientos; contiene elementos morbosos, capaces de atraer la curiosidad del público; y sus protagonistas pueden ser fácilmente tentados con la fama y el reconocimiento que propicia salir en la tele o en los periódicos. El cóctel está servido y el resultado suele ser sucesos sobredimensionados, titulares exagerados, imágenes o contenidos que no deberían darse, menores recompensados con dinero o notoriedad, etc.

El tema merecería un tratamiento bien distinto. O, puesto que este tratamiento ya existe, que fuera este periodismo más 'gris' y responsable el que dominase el entorno mediático y sirviera de referencia para el debate social. Este otro periodismo no pasa por alto estos casos de violencia en los que están implicados menores: son casos importantes desde el punto de vista informativo, precisamente porque destacan un aspecto preocupante de nuestra sociedad, un aspecto que debe salir a la luz pública para ser debidamente considerado, debatido y afrontado. El periodismo responsable trae estos problemas al centro del debate social no para destacar sus elementos morbosos, no para cargar las tintas y sugerir que estamos al borde del caos, sino para testimoniar que existe un problema educativo, un problema familiar, un problema social y cultural, cuya solución debe ocuparnos a todos.

Este periodismo responsable denuncia los casos, sí, pero también propicia la toma de conciencia de la situación y contribuye a difundir sus posibles soluciones. Abunda en los criterios éticos del periodismo: aquellos que durante décadas han ido recogiendo sus códigos profesionales. Debe ser además un periodismo especializado, cuyos periodistas conozcan y sigan igualmente las recomendaciones específicas que se han propuesto en los últimos años para tratar información sobre menores o sobre violencia. La implicación de menores debe hacer que este periodismo sea especialmente cuidadoso con aquellos aspectos de la información que podrían causar algún efecto negativo en sus protagonistas; o con aquellos contenidos e imágenes que podrían inducir a otros menores a imitar o copiar estas conductas.

Lejos de la alarma, la curiosidad morbosa o el cotilleo, necesitamos un periodismo responsable que, aunque pueda parecer 'gris' por fuera, tenga por dentro el color más vivo de todos: el de la información rigurosa que ayuda a la sociedad a hacer frente a sus problemas y a encontrarles solución.