ANCEME

INFORMAR
SIN REVICTIMIZAR

Concienciar. Prevenir. Formar.



ANCEME

INFORMAR TAMBIÉN IMPLICA RESPONSABILIDAD

Los medios de comunicación desempeñan un papel esencial en la prevención de las estafas con manipulación emocional. Su capacidad para informar, sensibilizar y llegar a millones de personas los convierte en aliados imprescindibles.

Sin embargo, esa capacidad de influencia conlleva una responsabilidad.

Cuando una víctima es invitada a un programa para relatar su experiencia, es necesario preguntarse si el tratamiento informativo contribuye a comprender el delito o si, por el contrario, termina convirtiendo a la propia víctima en objeto de escrutinio público.

La libertad de información y el respeto a la dignidad de las víctimas no son objetivos incompatibles. Son responsabilidades que deben coexistir.

La importancia de cómo contamos las estafas emocionales

Las estafas con manipulación emocional, conocidas también como estafas amorosas o romance scams, son delitos en los que los delincuentes utilizan el engaño, la construcción de vínculos afectivos y técnicas de manipulación psicológica para obtener un beneficio económico.

Detrás de estos delitos no hay simplemente una persona que ha confiado en alguien equivocado. Existe un proceso de manipulación que puede prolongarse durante meses o años y que, en muchos casos, está diseñado y ejecutado por redes criminales organizadas.

Sus consecuencias van mucho más allá de las pérdidas económicas. Pueden afectar profundamente a la salud emocional, las relaciones familiares, la autoestima, la confianza interpersonal y la vida social de las personas afectadas.

El papel de los medios de comunicación

Los medios desempeñan un papel fundamental en la visibilización de estas estafas. Pueden ayudar a comprender cómo operan los delincuentes, identificar mecanismos de manipulación y prevenir nuevos casos.

Sin embargo, también pueden contribuir involuntariamente a reforzar prejuicios cuando presentan a las víctimas como personas ingenuas, solitarias, desesperadas por encontrar pareja o incapaces de reconocer un engaño.

El rigor periodístico no depende de cuánto sufrimiento se muestra, sino de cuánto se ayuda a comprender el delito.

No existe un perfil único de víctima. La manipulación emocional puede afectar a personas de diferentes edades, niveles educativos, situaciones económicas y circunstancias personales.

Reducir el fenómeno a la soledad o a la necesidad afectiva supone simplificar el delito y desviar la atención de sus responsables.



¿Qué es la revictimización mediática?

La revictimización o victimización secundaria se produce cuando una persona que ya ha sufrido un delito experimenta un daño adicional como consecuencia de la respuesta recibida de su entorno, las instituciones u otros actores sociales.

En el ámbito de la comunicación, puede aparecer cuando se cuestiona públicamente a la víctima, se trivializa su experiencia, se invade su intimidad o se utiliza su sufrimiento como recurso narrativo.

Una entrevista puede contribuir a la prevención, pero también puede reforzar la vergüenza, el estigma y la culpabilización.

La diferencia está en cómo se prepara, se desarrolla y se presenta la información.

CAMBIAR LAS PREGUNTAS, CAMBIAR EL ENFOQUE

El foco debe estar en el delito, no en los supuestos errores de la víctima.

Las preguntas, los titulares, las imágenes y el lenguaje utilizado por los medios condicionan la forma en que la sociedad interpreta las estafas emocionales.

Preguntas que pueden culpabilizar

«**¿Cómo pudiste creer que esa persona estaba enamorada de ti?**»
Sugiere que la víctima actuó de forma irracional y pasa por alto el proceso de manipulación.

«**¿No te diste cuenta de que te estaban engañando?**»
Introduce un juicio retrospectivo que ignora cómo se construye progresivamente la confianza.

«**¿Cómo pudiste enviar tanto dinero a alguien que no conocías?**»
Reduce el delito a una decisión económica y desconoce la relación de dependencia o confianza creada por el estafador.

«**¿Te sentías solo o sola y necesitabas encontrar pareja?**»
Puede reforzar estereotipos sobre la vulnerabilidad y atribuir el delito a las circunstancias personales de la víctima.

Preguntas que ayudan a comprender y prevenir

- ¿Qué mecanismos utilizan los delincuentes para construir una relación de confianza?
- ¿Cómo se desarrolla la manipulación emocional y por qué puede resultar difícil identificarla mientras está ocurriendo?
- ¿Qué papel desempeñan las redes sociales y las plataformas digitales?
- ¿Qué obstáculos encuentran las víctimas para pedir ayuda o denunciar?
- ¿Cómo deberían actuar las familias, los bancos y las instituciones cuando detectan una posible estafa?
- ¿Qué medidas de prevención y protección deberían reforzarse?

Estas preguntas pueden dirigirse a profesionales especializados sin exigir a una víctima que vuelva a relatar públicamente los episodios más dolorosos de su experiencia.

El lenguaje importa

Evitar: «cayó por amor», «se dejó engañar», «entregó voluntariamente sus ahorros» o «una mujer solitaria buscaba el amor».

Preferir: «fue víctima de una estafa basada en manipulación emocional», «los delincuentes construyeron una relación ficticia» o «las transferencias se produjeron en un contexto de engaño».

La responsabilidad del delito corresponde a quien engaña y manipula, no a quien ha sido engañado.

PROTEGER ANTES, DURANTE Y DESPUÉS

La responsabilidad de los medios no comienza ni termina con la entrevista. Proteger la dignidad, la intimidad y el bienestar emocional de las personas afectadas exige adoptar buenas prácticas antes, durante y después de su participación.



Antes de la entrevista

Transparencia. Explicar finalidad, formato, participantes, emisión y difusión posterior.

Consentimiento informado. Aceptar una entrevista no implica aceptar cualquier pregunta. Asegurar que la persona entiende el alcance y los riesgos de la exposición pública.

Límites y privacidad. Acordar temas sensibles y opciones de anonimato, sin presionar para obtener detalles.

Durante la entrevista

No convertir el dolor en espectáculo. Las lágrimas y la intimidad no deben ser el objetivo editorial.

Evitar el juicio público. Preguntar para comprender el delito, no para reprochar decisiones.

Respetar los tiempos. Permitir pausas, evitar preguntas inesperadas sobre cuestiones especialmente sensibles y respetar la decisión de no responder.

Aportar contexto experto. Incluir conocimientos de criminología, victimología y psicología.

Después de la entrevista

Cuidar titulares y avances. La edición, los fragmentos virales y las redes deben preservar el mismo respeto.

Tratamiento de las imágenes. Evitar imágenes, recreaciones o recursos audiovisuales que ridiculicen a las víctimas, refuercen estereotipos o conviertan su sufrimiento en espectáculo.

Proteger la intimidad. Participar en una entrevista no supone renunciar a la privacidad.

Facilitar contacto posterior. Permitir comunicar errores o consecuencias imprevistas, sin prometer control editorial.

Cuando la entrevista se convierte en un nuevo daño

El consentimiento para participar no autoriza preguntas humillantes, juicios sobre la conducta ni situaciones emocionalmente perjudiciales. El interés informativo no debe confundirse con el espectáculo.

Una víctima no debería tener que justificar públicamente por qué fue engañada para que se reconozca que sufrió un delito.

No siempre es imprescindible contar una historia personal: las investigaciones, los datos y el conocimiento experto permiten informar con rigor. Una persona afectada también puede intervenir como divulgadora o representante de un colectivo sin revelar su caso.

ANCEME

INFORMAR SIN REVICTIMIZAR

Un compromiso con el periodismo responsable

Desde ANCEME no cuestionamos la necesidad de informar sobre las estafas con manipulación emocional. Reivindicamos más información, más investigación periodística y mayor visibilidad de estos delitos, pero también un cambio de enfoque.

Que las preguntas ayuden a comprender cómo actúan los delincuentes, no a juzgar cómo reaccionaron las víctimas.

Que el interés informativo no se confunda con el espectáculo.

Que la prevención no se construya sobre la culpabilización.

Los medios de comunicación pueden contribuir decisivamente a transformar la percepción social de estas víctimas. ANCEME les invita a formar parte de ese cambio.

Visibilizar no debe significar exponer.
Informar no debe significar juzgar.
Prevenir no debe significar culpabilizar.

Ayúdanos a seguir ayudando

Si esta guía te ha resultado útil, a ti o a alguien de tu entorno, puedes ayudar a que ANCEME siga creando recursos gratuitos y trabajando para prevenir las estafas con manipulación emocional.

Cada pequeña aportación cuenta y hay muchas formas de colaborar.

Con solo 1 € al mes (12 € al año) puedes unirte a nuestro grupo de Teaming y contribuir, de forma sencilla y segura, a que sigamos llegando a más personas.

Únete al cambio. Colabora con 1 € al mes

También puedes hacerte socio o socia de ANCEME, con una aportación desde 5 € al mes, o realizar una donación puntual.

Porque muchas pequeñas aportaciones pueden hacer posibles grandes cambios.

Conoce cómo colaborar