

Universidad Cardenal Herrera-CEU
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
Departamento de Ciencias Políticas, Ética y Sociología



**LA AUTORREGULACIÓN DEONTOLÓGICA DE
LOS MEDIOS A TRAVÉS DEL CONSEJO DE PRENSA**
Análisis de las 100 primeras Resoluciones de la
Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología
de la FAPE (2005-2014)

TESIS DOCTORAL

Presentada por:
Juan Serrano Moreno
Dirigida por:
Hugo Aznar Gómez

VALENCIA
2015

A mi familia.
Amparo, Álvaro y María: mis seres más queridos.
Por haber tenido que soportar el tiempo
dedicado a esta tesis doctoral.
Sois testigos del esfuerzo y sacrificio que ha supuesto.

ÍNDICE

Introducción.....	13
Objetivos.....	27
Metodología.....	29

PARTE I: ÉTICA Y COMUNICACIÓN

Capítulo I Recorrido teórico y práctico de la ética: de su función socializadora a su función profesional..... 35

1.1. La génesis social: lo moral y lo ético.....	35
1.2. Cómo se forma y se transmite la moral.....	36
1.2.1. Evolución psicológica de la moral.....	37
1.2.2. Evolución socio-cultural de la moral.....	37
1.2.3. Evolución social de la moral.....	39
1.3. La función social de la ética.....	40
1.4. Campos sobre los que actúa la ética.....	42
1.4.1. Ética social.....	43
1.4.2. Ética médica.....	44
1.4.3. Ética política.....	45
1.4.4. Ética económica.....	47
1.4.5. Ética científica.....	47
1.4.6. Ética ecológica.....	48
1.4.7. Ética periodística.....	49
1.5. Ética y deontología profesional.....	50
1.5.1. Los códigos deontológicos.....	54

Capítulo II Marco conceptual de la comunicación y su repercusión universal como derecho reconocido..... 57

2.1. La función social de la comunicación: el deber ser de la información en la sociedad.....	57
2.1.1. Comunicación e información: concepto y diferencias.....	58
2.1.2. Etapas históricas de la información.....	59
2.1.3. La información como disfunción social.....	61
2.1. La Declaración Universal de los Derechos Humanos: la información como derecho universal.....	62
2.2.1. Evolución de un derecho reconocido universalmente.....	63
2.3. Derecho a la información y derecho de la información.....	66
2.3.1. Sujeto y objeto del derecho a la información.....	68

Capítulo III El poder de la información y sus consecuencias perversas frente a la responsabilidad ética..... 71

3.1. La responsabilidad social de los medios de comunicación.....	71
3.1.1. La desvirtuación de la actividad informativa.....	73
3.1.2. La información como poder.....	75
3.1.3. Del interés general al interés de los medios.....	78
3.1.4. La influencia de la opinión publicada.....	80

3.2. La actuación de los medios: riesgos y consecuencias.....	82
3.2.1. Los peligros de la concentración de medios.....	84
3.2.2. La concentración de medios en España.....	87
3.3. Necesidad de una ética de la comunicación.....	88
3.3.1. Distintas funciones de la ética de la comunicación.....	91
Capítulo IV De los distintos tipos de regulación.....	95
4.1. Ética y derecho: conceptos distintos pero complementarios.....	95
4.1.1. Diferencias en su aplicación en el ámbito de los medios.....	97
4.2. Regulación de la actividad informativa: heterorregulación, desregulación y autorregulación.....	101
4.2.1. Heterorregulación.....	103
4.2.2. Desregulación.....	105
4.2.3. Autorregulación.....	107
4.3. Autorregulación: autonomía e independencia.....	109
4.4. El papel de los actores: profesionales, empresas y público.....	114
4.4.1. Los profesionales.....	115
4.4.2. Las empresas.....	117
4.4.3. El público.....	119
Capítulo V La virtualidad de la deontología profesional del periodismo.....	125
5.1. Los Códigos Deontológicos del Periodismo.....	125
5.1.1. La contribución de los Códigos Deontológicos a la excelencia profesional.....	126
5.1.2. El desvanecimiento de la deontología en el ejercicio de la profesión.....	128
5.1.3. Documentos deontológicos del periodismo.....	130
5.2. Recorrido de los Códigos Deontológicos en el mundo.....	132
5.2.1. Códigos deontológicos en España.....	135
5.2.2. Códigos deontológicos internacionales.....	135
<u>PARTE II: ÓRGANOS DE AUTORREGULACIÓN</u>	
Capítulo VI Órganos de Autorregulación. Los Consejos de Prensa.....	141
6.1. Justificación y necesidad.....	141
6.1.1. Los Consejos de Prensa.....	142
6.1.2. Diferencias con los Tribunales de Justicia.....	143
6.1.3. Eficacia y compromiso.....	145
6.1.4. Composición y financiación.....	146
6.2. Consejos de Prensa en Europa.....	146
6.2.1. El papel del Consejo de Europa.....	151
6.3. La AIPCE (Alianza Independiente de Consejos de Prensa en Europa).....	154
6.3.1. Consejos de Prensa adheridos a la AIPCE.....	156

Capítulo VII La <i>Press Complaints Commission</i> (PCC), paradigma de autorregulación.....	161
7.1. Recorrido histórico de los Consejos de Prensa británicos.....	161
7.1.1. El Informe Ross y la <i>General Press Council</i>	162
7.1.2. El Informe Shawcross y la <i>Press Council</i>	163
7.1.3. El Informe Calcutt y la <i>Press Complaints Commission</i>	165
7.2. Logros y vicisitudes de la PCC.....	165
7.2.1. El “Caso Murdoch” vuelve a cuestionar la PCC.....	166
7.2.2. El futuro incierto de la PCC y la autorregulación.....	168
7.3. <i>Editors’ Code</i> (Código de los Editores).....	170
7.3.1. Comentarios sobre el Preámbulo.....	171
7.3.2. Desarrollo del Articulado.....	173
Capítulo VIII El Colegio de Periodistas de Cataluña y su Consejo de la Información, pioneros en España.....	179
8.1. La autorregulación en España empieza en Cataluña.....	179
8.2. Colegio de Periodistas de Cataluña.....	180
8.2.1. Estructura legislativa y estatutaria.....	183
8.2.2. Órganos colegiados y régimen económico.....	185
8.2.3. Funciones y objetivos.....	187
8.2.4. Colectivos profesionales vinculados con el Colegio.....	189
8.3. Consejo de la Información de Cataluña (CIC).....	191
8.3.1. Origen y puesta en marcha.....	192
8.3.2. Independencia orgánica y económica.....	194
8.3.3. Constitución del CIC como Fundación.....	197
8.3.4. Quejas y reclamaciones recibidas.....	199
8.4. Código Deontológico del Colegio.....	202
8.4.1. Estructura y contenido del texto deontológico.....	205
Capítulo IX La Asociación para la Regulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol), un ejemplo a seguir.....	209
9.1. Origen y objeto de Autocontrol.....	210
9.1.1. Medios de comunicación adheridos.....	211
9.1.2. Agencias y empresas de publicidad.....	213
9.1.3. Asociaciones profesionales.....	214
9.2. Presentación de quejas y reclamaciones.....	216
9.2.1. Composición del Jurado.....	216
9.2.2. Número de quejas y reclamaciones presentadas.....	217
9.2.3. Comparativa según la tipología del demandante.....	218
9.2.4. Comparativa en función del tipo de medio de difusión.....	219
9.3. Asesoramiento ético a las empresas asociadas.....	223
9.4. Código de Conducta Publicitaria.....	225
9.4.1. I.-Ámbito de aplicación y normas generales.....	225
9.4.2. II.- Normas deontológicas.....	227

Capítulo X La Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE, referente de la autorregulación en España.....	231
10.1. Cronología y nacimiento.....	232
10.1.1. Asamblea de San Sebastián, año 1997.....	233
10.1.2. Asamblea de Lanzarote, año 2001.....	233
10.1.3. Asamblea de Almería, año 2004.....	235
10.2. Del Consejo Deontológico a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología.....	237
10.2.1. Consejo Deontológico.....	237
10.2.2. Comisión de Quejas y Deontología.....	239
10.2.3. Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología.....	241
10.3. Funcionamiento de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología.....	244
10.3.1. Funciones de la Comisión.....	244
10.3.2. Ámbito de actuación de la Comisión.....	246
10.3.3. Presentación y tramitación de las quejas.....	247
10.4. Fundación Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología.....	249
10.4.1. Entidades adheridas a la Fundación.....	250
10.4.2. Composición de la Fundación.....	253
10.5. Código Deontológico de la FAPE.....	254
10.5.1. Aprobación del Código.....	254
10.5.2. Estructura y contenido del Código.....	256
Capítulo XI Órganos de Heterorregulación. Los Consejos Audiovisuales.....	261
11.1. Consejos Audiovisuales.....	261
11.1.1. Consejo Estatal de Medios Audiovisuales.....	264
11.1.2. Consejo Audiovisual de Cataluña.....	265
11.1.3. Consejo Audiovisual de Andalucía.....	268
11.2. Consejos Audiovisuales en Europa.....	271
11.2.1. Aspectos legislativos.....	271
11.2.2. La EPRA.....	272
 <u>PARTE III: ANÁLISIS DE LAS RESOLUCIONES</u> 	
Capítulo XII Análisis cuantitativo y clasificación de las Resoluciones.....	281
12.1. Periodificación por años.....	282
12.2. Demandantes: tipología de quien presenta la queja.....	283
12.3. Medios de comunicación demandados.....	288
12.3.1. Prensa de papel.....	290
12.3.1.1. Periódicos de tirada nacional.....	291
12.3.1.2. Periódicos de tirada local/autonómica.....	292
12.3.1.3. Revistas.....	293
12.3.2. Prensa digital.....	294
12.3.3. Televisión.....	296

12.3.4. Radio.....	297
12.4. Demandas: tipología de las quejas.....	298
12.5. Acuerdos: estimatorios/desestimatorios.....	301
12.5.1. Motivos de la desestimación.....	302
12.5.2. Motivos de la estimación. Preceptos deontológicos afectados.....	304
12.6. Informes/Resoluciones.....	308
12.7. Clasificación de las Resoluciones emitidas (2005/2014).....	310
Capítulo XIII Análisis cualitativo de las Resoluciones dictaminadas por la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología (2005-2014).....	321
13.1. Resoluciones año 2005 (2005/1 a 2005/4).....	323
13.2. Resoluciones año 2006 (2006/5 a 2006/8).....	335
13.3. Resoluciones año 2007 (2007/9 a 2007/18).....	350
13.4. Resoluciones año 2008 (2008/19 a 2008/24).....	372
13.5. Resoluciones año 2009 (2009/25 a 2009/37).....	390
13.6. Resoluciones año 2010 (2010/38 a 2010/49).....	419
13.7. Resoluciones año 2011 (2011/50 a 2011/59).....	452
13.8. Resoluciones año 2012 (2012/60 a 2012/67).....	480
13.9. Resoluciones año 2013 (2013/68 a 2013/82).....	504
13.10. Resoluciones año 2014 (2014/83 a 2014/100).....	552
Capítulo XIV Análisis comparativo sobre la variación de los criterios aplicados.....	613
14.1. Sobre la falta de legitimidad.....	613
14.2. Sobre los sujetos demandados.....	618
14.3. Sobre los artículos de opinión.....	622
14.4. Sobre la identificación de los ponentes y el voto particular.....	628
14.5. Sobre desestimaciones singulares.....	629
14.6. Sobre los Informes/Resoluciones.....	633
14.7. Comparativa con otros órganos autorreguladores.....	636
14.7.1. Datos sobre la autorregulación en España hoy.....	639
14.7.2. Déficits de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología.....	640
Conclusiones.....	645
Bibliografía.....	659
Documentos anexos.....	679
Código Deontológico de la FAPE.....	681
Código Deontológico del Colegio de Periodistas de Cataluña.....	685
Editors' Code (Código Deontológico de la PCC británica).....	688
Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol.....	692
Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística.....	700
Reglamento de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE.....	705

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo es una llamada hacia los valores éticos y su aplicación en una actividad tan importante en las sociedades modernas como es la periodística. El papel que los medios de comunicación están ocupando en la vida de las personas, su influencia en el devenir político de los Estados o el poder que las empresas de información poseen en las sociedades democráticas, son cuestiones lo suficientemente importantes como para tratar en una tesis doctoral.

Nada debe impedir que los ciudadanos estemos debidamente informados, que sepamos lo que pasa en el mundo y que nos enteremos hasta de lo que algunos (los poderosos) pretenden ocultar a la opinión pública. Sin embargo, para que los profesionales y los medios cumplan el papel que tienen encomendado es necesario que se fijen unos criterios que eviten su perversión. Por eso, una de las cuestiones que debemos considerar como primordial es que las empresas periodísticas cumplan éticamente con la función de informar, faciliten a los ciudadanos el acceso a los medios y reflejen la pluralidad de pensamiento e ideas de la sociedad.

Los medios de comunicación se han convertido en un poder en sí mismos. Hoy en día, a los tres poderes clásicos del Estado (legislativo, ejecutivo y judicial), le sumamos el que ejerce la prensa, bautizada como *cuarto poder*, en alusión al importante papel de contrapeso que ejercen los medios en las sociedades modernas. En no pocas ocasiones hemos podido escuchar que los medios de comunicación hacen una labor fundamental en los regímenes democráticos, que son necesarios como contrapoder o que su función es necesaria para desvelar aquello que se desea ocultar.

Por otra parte, la entrada del siglo XXI nos ha traído una efervescencia tecnológica que ha hecho posible multiplicar el número y la variedad de soportes mediáticos, hasta el punto de cambiar el modo de relacionarnos con ellos. Se ha generado una nueva situación distinta a la que había hasta ahora. Las nuevas tecnologías han hecho posible que los ciudadanos podamos

consumir la información de forma individualizada. La manera de recibir los mensajes ha variado y los canales de recepción se han personalizado. Si hasta hace apenas un par décadas los contenidos se emitían para ser recibidos colectivamente (a través del cine, la radio, la televisión o la prensa) ahora se ofrecen para ser consumidos de forma aislada. Siguen siendo medios de comunicación de masas, pero con una mayor incidencia en las conciencias de las personas por cuanto se llega a ellas a través de dispositivos individuales y sin las rigideces horarias que hasta ahora limitaban su acceso. Actualmente disponemos de más información que nunca, cualquier día del año y a cualquier hora.

Por tanto, nada impide pensar que no debemos preocuparnos por el devenir de un sector considerado como el más influyente en la sociedad, que lo hace de la forma más rápida y cuyos resultados pueden llegar a ser impredecibles. No es una cuestión baladí que las sociedades modernas estemos tan mediatizadas, pues las ventajas que suponen las nuevas tecnologías, en muchos casos también tienen sus riesgos. Al ser la generación que más información acumulamos y la que más acceso a ella tenemos, también somos la que más peligros asumimos en cuanto a posibles manipulaciones de la realidad.

Sin embargo, a pesar de que disponemos de más canales de información que nunca (actualmente, con los nuevos soportes, la oferta de medios ha aumentado exponencialmente) el aumento de la oferta no ha significado un aumento de la calidad ni de la pluralidad de los contenidos. Basta hacer un barrido por las distintas emisoras de radio o televisión – también por los periódicos, bien en papel o digitales- para darse cuenta de que lo que prima es la imitación de aquellos temas que tienen éxito en la competencia, en lugar de buscar la originalidad y el rigor. La extensa oferta mediática existente no ha servido de estímulo, de acicate, para aumentar la calidad de los contenidos, ni el rigor informativo, ni para facilitar el acceso de

los públicos. La realidad es bien distinta: un aumento de la banalización de los contenidos, una información cada vez menos contrastada y una escasa participación de la ciudadanía. Existe una diferencia tan grande entre lo que debería ser y lo que realmente es, que muchas veces apenas queda margen para el optimismo.

Otro aspecto que también hay que destacar tiene que ver con la profesionalización de las plantillas. En la actualidad, la práctica totalidad de los profesionales que trabajan en los medios han sido instruidos en la Universidad con estudios especializados en las distintas ramas. Periodistas, realizadores, reporteros, técnicos de sonido, productores, guionistas, presentadores, documentalistas, maquetadores, azafatas, locutores... han cursado estudios de Periodismo, Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas, Informática, etc. Y lo mismo pasa con quienes desarrollan actividades directivas o de gestión empresarial. La inmensa mayoría poseen titulaciones en Económicas y Empresariales, Derecho, Administración y Dirección de Empresas, Recursos Humanos, Psicología... Todos con estudios de grado o postgrado universitario. Sin embargo, la pregunta que subyace es la siguiente: ¿cómo es posible, pues, que tras pasar un periodo de formación tan complejo y exigente, después de estudiar materias relacionadas con la ética y la deontología, el prestigio de la profesión y de los profesionales esté tan devaluado?

Algo está pasando para que cada vez existan más denuncias sobre la mala influencia de los medios de comunicación en la sociedad, sobre la manipulación del hecho informativo o sobre la suplantación de la realidad. La sociedad mediática en la que vivimos ha sustituido la opinión pública por la opinión publicada, otorgándole un valor tal, que todo aquello que no aparece en los medios es como si no existiera. Lo cual viene a demostrar que de nada sirve tener muchos medios de comunicación al alcance de la mano si estos no realizan éticamente su función. Es más, puede llegar a ser contraproducente.

Y respecto al papel del público, éste sólo es tenido en cuenta por parte de los medios como audiencia, es decir, exclusivamente a efectos cuantitativos. Su presencia y acceso se reduce simplemente, en el mejor de los casos, a expresar testimonios sobre los temas propuestos por los propios medios que son quienes deciden siempre el qué y el cómo de los contenidos. Jamás se recurre a él para mejorar la calidad de los productos mediáticos o para hacer las parrillas programáticas a través de una relación horizontal y bidireccional (de igual a igual), sino todo lo contrario: la relación entre los medios y el público es unidireccional y vertical (de arriba abajo), totalmente asimétrica.

Esta forma de proceder por parte de los medios parece hacernos olvidar que la labor que cumplen está reconocida por la UNESCO como un “bien social”, lo que equivale a decir que la actividad informativa, aun pudiendo ser privada, debe ser considerada de interés público (Desantes, 1973). Y por tanto, siguiendo a Aguilera (1990), los medios deben ser concebidos como un servicio público y nunca como un privilegio.

En ese sentido, las empresas de medios poseen una situación ambivalente: como tarea pública y como negocio; así como un doble rol: el bien cultural y el bien común (Conill, 2004b). Su función, por consiguiente, será la de establecer un equilibrio entre la racionalidad económica y el bien social que generan. Una dualidad no exenta de conflictos, dadas las tensiones que producen las expectativas del beneficio económico, por un lado, y el objeto de su actividad, por otro. Y también llena de riesgos, porque, como resalta Díaz Nosty, “cuando los medios periodísticos se alejan del marco de las libertades públicas y reducen su razón de ser a la condición exclusiva de negocio, la compra y la venta, el silencio y la tropelía forman parte del juego” (2014: 8).

El paisaje descrito nos lleva a pensar que la actividad de los medios está necesitada de medicación ante la epidemia que les afecta. Una medicina que

deben suministrársela tanto los profesionales como las empresas y cuyo fármaco se llama ética profesional. Ahora bien, el hecho de que hayamos descubierto el mal y tengamos el antídoto no es garantía suficiente como para creer que el problema está solucionado. Sólo desde la voluntad de los profesionales, de manera libre pero comprometida, será posible la asunción de una conducta ética en el ejercicio de la profesión periodística.

Ésa es la cuestión que pretendo defender en la presente tesis doctoral: que la mejor solución para combatir los desvíos de la actividad de los medios pasa por asumir las normas recogidas en los códigos deontológicos. Su aplicación sólo puede favorecer el comportamiento de quienes se dedican al noble oficio de informar y mejorar, de esta manera, los estándares de calidad de los contenidos periodísticos.

Los medios de comunicación se concibieron para que cumplieran con una función social, la de informar, formar y entretener. Pero, además, como hemos dicho más arriba, también para que ejercieran de contrapoder (*cuarto poder*). La labor periodística es, por tanto, un valor noble ypreciado por las sociedades democráticas. Sin embargo, si ese valor decae y la función social para la que fueron creados desaparece, porque los medios se desvían de su cometido y anteponen sus intereses particulares a los generales, la pregunta que subyace podría ser esta: ¿por qué los Parlamentos y los gobiernos no legislan y regulan la actividad informativa para evitar que se produzcan situaciones de perversión?

Si coincidimos en que la información es un derecho esencial para los ciudadanos, convendremos que es tarea de todos exigir a quienes se dedican a la labor informativa buenas prácticas profesionales, veracidad en las informaciones y responsabilidad en sus opiniones y análisis. Si eso no se consigue y, por el contrario, cada vez está más lejos de lograrse, puede ser del todo lógica que esa pregunta se la hagan miles de ciudadanos. Pues, lejos de entender que no se ponga límites a un sector tan importante y necesario como

el de la comunicación, opinen que cuando las empresas y los profesionales no cumplen con la función social que se les ha encomendado deban ser los gobiernos quienes les obliguen a hacerlo mediante la ley, tal como viene siendo habitual en otros ámbitos profesionales. En cambio, ése no ha de ser el camino. A nuestro juicio, la regulación legislativa de la actividad es una amenaza para la propia libertad de expresión y para el derecho a la información.

El contexto histórico nos demuestra que los medios son un sector apetecido por los Estados. La regulación de la prensa ha sido uno de los objetivos prioritarios de gobiernos de todos los colores, afanados por controlar su influencia y su poder. Sin embargo, a pesar de que actualmente los sistemas políticos de nuestro entorno son regímenes democráticos, los gobiernos tienen a su alcance recursos suficientes como para regular legislativamente el sector de los medios.

En ese sentido, cabe recordar, tal como sostiene Aznar, que los medios en muchas ocasiones plantean situaciones de reto, porque, “por una parte, disfrutan de un margen de libertad amplio, conquistado contra cualquier forma de injerencia y control externo; pero de otra, ellos mismos se han hecho poderosos, haciendo uso en demasiadas ocasiones de esa libertad tan solo en beneficio de unos pocos” (2000: 145-146). En tal caso, los gobiernos tendrían la coartada perfecta ante la opinión pública para intervenir y regular el sector.

Lo que sugiere esta problemática es que se precisa una reflexión que concluya con la necesidad de hacer ver a los trabajadores de los medios y a sus responsables, editores y empresarios, que la deontología profesional es un bien lo suficientemente eficaz como para erradicar del trabajo periodístico las malas praxis. Y de esta manera ser capaces de transmitirle al público la suficiente confianza como para que compartan con los medios unos criterios profesionales que garanticen el correcto funcionamiento de las normas éticas.

Al referirnos a la labor informativa debemos resaltar que, en primer lugar, no se trata de una actividad cualquiera, una más dentro del sector económico de los Estados, pues ésta se debe a un principio democrático tan fundamental como el de ofrecer y recibir información. Por tanto, al tratarse de una actividad directamente vinculada con el Derecho en mayúscula, es obvio que la exigencia para su correcta aplicación sea mayor respecto de otras actividades de la vida cotidiana. En segundo lugar, el derecho a la información que tienen los ciudadanos, así como el de difundir sus propias ideas, requiere pulcritud en la labor que desarrollan los medios de comunicación en las sociedades democráticas, porque no se entienden estos derechos sin que los cauces para ejercerlos estén lo suficientemente limpios de obstáculos o trabas. Por eso, el oficio de periodista no siempre ha sido fácil ejercerlo, porque en multitud de ocasiones significa convivir con presiones desde el ámbito político y económico. Y en este terreno, entre lo que conviene a los poderes fácticos y a los ciudadanos, se mueve un colectivo de profesionales y de empresas que pone de manifiesto la necesidad de asentar unas reglas de juego limpio en el universo de la información, que garanticen el correcto funcionamiento de los medios, los periodistas y de la materia prima que manejan, la información.

La cuestión sobre la regulación de la actividad informativa siempre suscita polémica. De una parte se encuentran quienes defienden que sean los gobiernos los que la regulen a través de las leyes (es lo que denominamos heterorregulación, la que se hace desde fuera); por otra, los partidarios de que sea el propio sector quien se regule a sí mismo mediante normas deontológicas (es lo que se conoce como autorregulación). La diferencia radica en que mientras los primeros apuestan por normativa jurídica, los segundos se inclinan por la norma ética; códigos legales *versus* códigos deontológicos. Luego están los que defienden que la mejor ley es la que no existe (los partidarios de la desregulación total), también conocidos como los partidarios de la “doctrina de la no ley”, porque ni quieren normas jurídicas ni

deontológicas. La diferencia entre unas y otras estriba en quién, cómo y cuándo se deben aplicar las reglas y hasta dónde deben llegar.

Algunos sectores, principalmente del ámbito político, son partidarios de la regulación legislativa, aunque pocas veces lo reconocen públicamente. Una corriente que vendría a decir, de forma resumida, que la actividad de los medios de comunicación en su totalidad debe estar regulada por el ordenamiento jurídico con la suficiente capacidad sancionadora para que periodistas, editores y empresarios cumplan su función bajo la amenaza coercitiva de la sanción administrativa, económica o penal. Una postura ésta que, lógicamente, pone coto y restringe la indelegable libertad de expresión de los profesionales y editores periodísticos.

En el lado opuesto se encuentran quienes son contrarios no sólo a la intervención del Estado en el sentido antes descrito, sino a cualquier tipo de regulación, bien sea a través de leyes o de normativa deontológica. Son los que defienden que “la mejor ley de prensa es la que no existe”, y que la libertad de expresión como mejor se defiende es con la ausencia de normas restrictivas. No sólo rechazan la existencia de leyes que afecten a la Prensa (entiéndase a la totalidad del sector), también son contrarios a la creación de órganos supervisores (autoridades morales), que puedan desempeñar labores de seguimiento, vigilancia u observancia de la práctica deontológica como pueden ser los Consejos de Prensa o de Información.

Ante esta dualidad, nuestra tesis defiende la autorregulación como tercera vía. Una alternativa que pone orden a la posible anarquía que supondría la ausencia de normas, al tiempo que limita la intervención del poder político en un sector que necesita independencia y autonomía para ejercer de contrapoder (si de verdad creemos necesario ese *cuarto poder* que debe cumplir la prensa, por extensión, los medios).

La opción que defendemos se sustenta en la importancia que la ética tiene en las sociedades por cuanto defiende valores que dignifican tanto a las

personas como individuos, como al conjunto de estos como comunidad social. El hecho de que la ética defienda valores morales, que nos enseñan a diferenciar entre lo bueno y lo malo, entre lo justo y lo injusto, se hace imprescindible para la labor que han de desarrollar los medios de comunicación. Por eso, la idea de que la regulación del sector sea a través de códigos éticos, aporta valor añadido y garantía: porque, por un lado, complementa allá donde el derecho no llega; y, por otro, porque limita posibles excesos que desde la legalidad se podrían cometer mediante una amplia regulación jurídica.

Por otra parte, esa regulación no tendría que venir de fuera. Si queremos que sea efectiva y eficaz, lo más apropiado es que, desde el consenso de quienes integran el ámbito de los medios (profesionales, empresarios y consumidores), se llegue a un compromiso de respeto y asunción de las normas éticas; desde la libertad, pero también desde el convencimiento, y que una vez aceptadas fueran de obligado cumplimiento. De este modo, además de garantizar la libertad de expresión y de información, lograremos que ésta, además de legal, sea justa.

Está claro que para garantizar una información de calidad y unos medios dignos que presten el servicio público para el que fueron creados, habrá que establecer unos filtros, unas normas que sirvan de guía orientadora entre lo que se debe hacer y lo que no, entre lo que está bien y está mal. Se puede hacer de varias maneras tal como hemos visto, por eso, habrá que advertir que, en función de la opción que elijamos sus ámbitos de aplicación variarán, como también lo harán sus actores. Es decir, tendremos que tener en cuenta que si la regulación es interna, a través de códigos deontológicos, sus “jueces” deberán ser los propios profesionales mediante los órganos e instituciones creados *ad hoc* (Consejos de Prensa); en cambio, si preferimos que sean las leyes las que regulen desde el derecho la actividad informativa, serán los Parlamentos y los gobiernos quienes actúen.

En ese sentido, nuestra propuesta es tan clara como el título de esta tesis doctoral: la autorregulación deontológica de los medios a través de los Consejos de Prensa.

Al defender la autorregulación lo estamos haciendo desde el convencimiento de que es la mejor opción para corregir los desvíos de la actividad informativa, que evitará la perversión del sector y, por ende, la amenaza de intervención de los poderes públicos. Pero también ayudará a reforzar la imagen de la profesión, puesto que, como dice Bel Mallen (1991), los códigos deontológicos, al precisar la conducta correcta y leal de los periodistas, fortalecen el papel de los medios en la sociedad.

Además, con la asunción deontológica el sector se reviste de una autoridad moral que le proporciona credibilidad y prestigio, no sólo ante los ciudadanos, también frente a las autoridades. El crédito que le proporciona la aceptación de unos principios deontológicos sólidos y la preocupación por conseguir unas conductas profesionales éticas a través de mecanismos de control internos, demuestra la madurez de un sector que es capaz de autorregularse, sin necesidad de que nadie lo haga desde fuera de la profesión.

Ahora bien, “como la voluntad humana es débil y de algún modo hay que reforzarla a hacer lo que debe, los códigos de conducta necesitan mecanismos de supervisión y control que, por una vía menos coactiva que la del derecho, obliguen a su cumplimiento” (Camps, 2004a: 240). Y quien mejor puede desempeñar ese cometido son los Consejos de Prensa, también llamados de Información. En España existen dos órganos autorreguladores de la actividad periodística: El *Consell de la Informació de Catalunya* y la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE. Sobre este último, por ser el más representativo a nivel nacional, hemos acometido una labor de análisis sobre las 100 resoluciones emitidas en el periodo de sus primeros diez años de vida, los que van de 2005 a 2014.

Una labor que nos ha permitido conocer los déficits deontológicos de la profesión española a través de las denuncias de los propios afectados. Datos que nos muestran cuáles han sido los preceptos deontológicos vulnerados por los periodistas, qué tipos de medios son los que más infringen el Código Deontológico, o, por otra parte, cómo desempeña su trabajo la Comisión de la FAPE. Los resultados de este análisis nos arrojan datos interesantes, pero sobre todo pueden servir para mejorar los estándares deontológicos de los medios de comunicación y de la actividad periodística en España.

Objetivos

Es objeto de esta tesis doctoral demostrar que la mejor opción para conseguir la independencia y autonomía que los medios de comunicación necesitan para desarrollar bien su actividad es mediante la autorregulación deontológica del sector. Por tanto, los objetivos de la misma vendrán determinados por una serie de razones que evidencian la importancia de la ética profesional, de las normas deontológicas del periodismo, de la autorregulación del sector a través de una autoridad moral.

En primer lugar, los códigos deontológicos, al venir determinados y estar sustanciados por los valores éticos, siempre establecen pautas rectas de comportamiento para los profesionales que ejecutan una actividad, en este caso la periodística. Además, son un complemento idóneo al Derecho, puesto que la deontología, al actuar exclusivamente en el ámbito de una profesión y hacerlo *a priori*, advierte sobre aquellas conductas profesionales que no son correctas y la configura como una norma preventiva.

Por otra parte, la existencia de un organismo supervisor que garantice el cumplimiento de la norma deontológica, constituido por y desde el propio ámbito profesional y bajo la condición de autoridad moral, demuestra la madurez de la actividad comunicativa, por cuanto que es capaz de crear un órgano autorregulador, que en caso de los medios son los Consejos de Prensa (o de Información).

Y, por último, un sector como el de la información, que precisa de unos mínimos jurídicos y unos máximos éticos (Núñez Encabo, en Molina, 2010), cuando dispone de una normativa deontológica y de una autoridad que supervisa su cumplimiento, es más que conveniente (cuasi obligatorio) que se regule a sí mismo (autorregulación). De esta manera, se evitan tentaciones reguladoras de los poderes públicos (heterorregulación), que siempre conllevarán cortapisas y limitaciones sobre el trabajo de los periodistas.

La suma de estas razones nos da, por tanto, la tesis que defendemos en el presente trabajo: que la mejor manera para preservar y proteger la función de la actividad periodística, y conseguir la independencia y autonomía necesarias para que los periodistas y los medios puedan desarrollar bien su trabajo frente a las presiones de terceros (principalmente de los poderes públicos y privados), pasa por la autorregulación del propio sector. Para ello, será necesario que se haga mediante una normativa deontológica definida en los códigos, asumidos voluntariamente, pero con el compromiso de su obligado cumplimiento por parte de profesionales y empresas. Sin embargo, como toda conducta humana ha de estar supervisada o vigilada, y el presente caso no es una excepción, proponemos que ese órgano sea una autoridad de tipo moral. Y quien mejor la representa, dados los antecedentes de lo que viene sucediendo desde hace varias décadas en el contexto internacional, son los Consejos de Prensa (o de Información).

Por tanto, los objetivos de esta tesis doctoral se centran principalmente en tres aspectos fundamentales:

- Presentar la función socializadora de la ética y su aplicación a la actividad de los medios de comunicación como fuente de deontología profesional.
- Precisar los distintos tipos de regulación de la actividad periodística y destacar la función autorreguladora del Consejo de Prensa a través de diferentes órganos autorreguladores en activo.
- Analizar el papel de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE, como máximo órgano autorregulador de la actividad periodística en España, mediante el análisis de sus Resoluciones a través de un somero y meticoloso estudio cuantitativo, cualitativo y comparativo de las mismas.

Metodología

Para llevar a cabo el trabajo que presentamos a continuación hemos seguido una estructura lineal, dividida en tres partes, con distintas metodologías cada una de ellas, pero interrelacionadas entre sí. Las Partes I y II están fundamentadas principalmente en documentación bibliográfica, hemerográfica y oral (conferencias, charlas, seminarios, entrevistas personales, etc.). La Parte III, es un estudio empírico realizado a través de un análisis pormenorizado de las 100 resoluciones emitidas por la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE en sus primeros diez años de vida (2005-2014).

La Parte I, titulada “Ética y comunicación”, está compuesta de cinco capítulos (del I al V). En ella realizamos un recorrido teórico que va desde el origen y desarrollo de los valores éticos, hasta su aplicación en el ámbito profesional y deontológico. También trata sobre la función socializadora de la información y su garantía jurídica como derecho humano, el papel de los medios de comunicación en las sociedades actuales, la virtualidad de los códigos deontológicos del periodismo, así como los distintos tipos de regulación del sector, donde defendemos que la mejor opción es la autorregulación.

Al tener un contenido netamente teórico, en esta primera parte del trabajo hemos utilizado una metodología de búsqueda de fuentes bibliográficas en su mayor parte, con lectura de textos y recopilación de información de los principales y más importantes autores de distintos ámbitos profesionales y académicos: Filosofía, Ética, Derecho, Periodismo, Comunicación, Humanidades... Consultas que nos han permitido contraponer ideas, confrontar teorías y defender tesis respecto a los puntos desarrollados en esta parte del trabajo y que nos han servido para establecer en muchos casos el estado de la cuestión; también nos han enriquecido enormemente como persona y como investigador. Hemos buceado por

cientos de referencias y miles de páginas por varias bibliotecas universitarias, principalmente, Joan Reglà de Humanidades, Gregori Maians de Ciencias Sociales y María Moliner de Educación, pertenecientes las tres a la Universidad de Valencia; y, sobre todo, la Biblioteca Central de la Universidad Cardenal Herrera-CEU. También es justo destacar la ayuda de profesores, profesionales de la comunicación, libreros, bibliotecarios... que en muchas ocasiones nos han hecho llegar documentos y volúmenes sumamente interesantes para nuestra labor recopilatoria.

En la Parte II, titulada “Órganos de autorregulación”, hemos utilizado una metodología mixta: búsqueda de fuentes bibliográficas y también recopilación de datos estadísticos actualizados procedentes de investigaciones por páginas *web*, revistas especializadas, artículos, anuarios, informes, etc., sobre el funcionamiento de los diferentes órganos de autorregulación anunciados. En esta parte, compuesta de seis capítulos (del VI al XI), dedicamos uno (VI) a explicar y justificar la función de los órganos autorreguladores en general y de la figura del Consejo de Prensa, en particular. Por su importancia y relevancia internacional, otro capítulo (VII) está dedicado a la *Press Complaints Commission*, por ser el paradigma de la autorregulación de la prensa en el mundo. El capítulo VIII trata sobre el Colegio de Periodistas de Cataluña y su Consejo de la Información, como los pioneros de la autorregulación periodística en España. A Autocontrol de la Publicidad le hemos querido dedicar un capítulo (IX) al considerar que su modelo de gestión, a pesar de que su actividad se centra exclusivamente en el ámbito de la publicidad, puede ser un buen ejemplo a seguir dado sus excelentes resultados como órgano autorregulador. El capítulo X está dedicado a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE, por ser un referente de la profesión en España, además de ser el único órgano autorregulador de la actividad periodística a nivel nacional. Y, por otro lado, el último capítulo (XI) de esta parte del trabajo se lo dedicamos a los Consejos

Audiovisuales, como ejemplo de lo que son los órganos de heterorregulación y correulación; en este caso abordamos los tres existentes en nuestro país: el CEMA, el CAC y el CAA.

La Parte III, titulada “Análisis de las Resoluciones” consta de tres capítulos: Análisis cuantitativo y clasificación (XII), Análisis cualitativo (XIII) y Análisis comparativo sobre la variación de criterios (XIV). En esta parte se muestran los resultados del análisis de las 100 Resoluciones emitidas por la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE en sus diez primeros años de vida (2005-2014). Es, por tanto, totalmente analítica y estadística, donde hemos realizado un estudio empírico de cada una de las resoluciones emitidas durante ese tiempo y numeradas del 1 al 100 por orden cronológico. El análisis lo hemos realizado a tres niveles: cualitativo, cuantitativo y comparativo. Y cuyos resultados quedan plasmados en sendos capítulos.

El análisis cualitativo ha consistido en una lectura pormenorizada y detallada de las 100 resoluciones, donde se incluye un extracto de cada una de ellas, con una valoración personal sobre los aspectos más significativos, y los datos más importantes de cada resolución. Para facilitar la localización de la información de interés hemos establecido una estructura común en cada una de ellas, a modo de plantilla, organizada en cuatro apartados. El primero de ellos recoge los datos formales: número, fecha y enunciado de la resolución; identificación de demandantes y demandados; y motivo de la queja. En el segundo apartado aparece el acuerdo dictaminado por la Comisión. En el tercero, insertamos una valoración personal sobre los aspectos más significativos y cuya finalidad es adelantar al lector datos que le sitúen en el contexto y le ayuden a entender mejor el contenido de la misma. Y en cuarto lugar, aparece un extracto del contenido más relevante de cada resolución.

En cuanto al análisis cuantitativo, hemos seguido en gran parte las pautas metodológicas que el *Grup de Recerca en Periodisme* de la Universidad

Pompeu Fabra, dirigido por el profesor Salvador Alsius, viene utilizando en sus investigaciones de campo. En ese sentido, se han establecido unos criterios que atiendan, de manera pormenorizada, a la medición de diversos parámetros cuantitativos representados en tablas estadísticas. En este análisis destacan las siguientes mediciones:

- Periodificación anual de las resoluciones
- Tipología de los demandantes
- Tipos de medios de comunicación demandados
- Tipología de las quejas
- Preceptos deontológicos vulnerados
- Clasificación detallada de todas las resoluciones donde se incluye datos sobre demandantes, demandados, motivos de la queja y tipos de acuerdo (con los preceptos vulnerados si los hubiera).

Y, por último, hemos hecho un análisis comparativo sobre la variación de los criterios aplicados en las resoluciones durante estos 10 años de existencia, donde hemos descubierto algunas variaciones de criterios de interés, así como una comparación cuantitativa entre los tres órganos autorreguladores españoles recogidos en esta tesis doctoral: Autocontrol, *Consell de la Informació de Catalunya* y Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE.

PARTE I:
ÉTICA Y COMUNICACIÓN

CAPÍTULO I

RECORRIDO TEÓRICO Y PRÁCTICO DE LA ÉTICA: DE SU FUNCIÓN SOCIALIZADORA A SU FUNCIÓN PROFESIONAL

1.1. La génesis social: lo moral y lo ético

Estudiar la relación que existe entre los individuos y estos con su comunidad es una preocupación constante en nuestro pensamiento filosófico. Si Aristóteles atribuía al hombre la búsqueda de felicidad como fin supremo, con la aportación de la justicia descubrimos un nuevo concepto en la sociedad, el de ciudadano. Para conseguir ambas nociones -felicidad y justicia- se precisan unas características básicas para la vida en comunidad: sentido de pertenencia y compromiso moral; pero, además, éstas han de ser recíprocas (Cortina, 2009).

Decía Ortega que la ausencia de normas no nos lleva más que al *caos social*. Es evidente pues que para conseguir una vida en común armónica es necesario, más bien imprescindible, dotarse de unas normas propias que posibiliten las relaciones entre personas. Una estructura normativa que compartan libremente los individuos de esa comunidad desde su fuero interno. Unas normas que deben ser morales, porque han de emanar de lo más profundo de la conciencia moral, precisamente por ese compromiso y sentido de pertenecer a su propia comunidad, y que le son necesarias para aspirar a vivir en sociedad. Desde siempre las sociedades han tenido una especial capacidad cultural para codificar normas de conductas propias y asimilarlas. Una capacidad que “se remonta al surgimiento de las grandes civilizaciones de la Antigüedad” (Aznar, 2000: 32). De hecho, tal como señala Soria, a una sociedad le “resulta imposible, en la práctica, vivir sin reglas” (Soria, 1991: 73).

De todas las normas que se establecen para que las personas podamos relacionarnos entre sí, la moral es la más básica y, a la vez, la menos prescindible. Son las reglas por las que los seres humanos nos regimos en concordancia con la sociedad a la que pertenecemos y con nosotros mismos. Para Comte, la moral es la encargada de coordinar los actos, sistematizar los sentimientos y dar unidad a la vida total del individuo (Riezu, 2007) Por eso, podemos asegurar que en las relaciones interpersonales (también en las intrapersonales, aunque eso no nos ocupe aquí) se necesitan normas morales, porque lo moral forma parte de nuestras vidas en común. Sin una estructura moral es imposible socializarnos, porque aun cuando reconozcamos que alguien es inmoral o amoral, lo estamos haciendo bajo el paraguas de lo moral y de ahí la comparación con otras actitudes susceptibles de valoración.

1.2. Cómo se forma y se transmite la moral

Kant llegó a la conclusión de que los seres humanos somos *sujetos morales* porque poseemos *conciencia moral*. Hoy en día lo sabemos porque biológicamente tenemos una estructura que nos hace, en palabras de Zubiri y Aranguren, *inevitablemente morales*. Nuestra configuración biológica nos diferencia, en este caso, del resto de animales porque nos hace sentir como propios unos valores, normas y referentes de vida que orientarán nuestras decisiones (de ahí que las buenas acciones las consideremos morales y las malas, inmorales). Sin embargo, es importante destacar que los contenidos morales no son siempre los mismos en todas partes, como tampoco son iguales a lo largo del tiempo. Estos evolucionan conforme lo hacen las sociedades fruto de la negociación y el compromiso de los miembros que conforman la comunidad moral (Cortina, 2010).

1.2.1 Evolución psicológica de la moral

El sentido moral no es más que el resultado de una evolución psicológica que se enriquece mediante la experiencia de lo vivido y lo aprendido. Para Pieper, cuando el niño empieza a hacerse cargo del mundo que le rodea, cuando no sólo percibe con actitud receptiva lo que sucede a su alrededor, sino que al mismo tiempo trata de imponer su voluntad a su entorno, se da cuenta de que no consigue, sin trabas, todo lo que quiere. Es ahí cuando la persona descubre que hay metas inalcanzables, metas que no son aconsejables o, por el contrario, acciones que son alabadas y recompensadas.

Con el tiempo, el niño aprende a distinguir entre fines obligados (debes...), permitidos (puedes...) y prohibidos (no debes...; no puedes) y a tener en cuenta no sólo en relación con lo que quiere, sino también en su juicio acerca de las acciones de los otros. Aprende, así pues, no sólo a seguir reglas y a actuar conforme a reglas, sino también a juzgar acciones (tanto las suyas como las de los demás) según reglas (Pieper, 1990: 14 y s.).

De lo que se desprende que el hombre aprende tempranamente, que en una comunidad humana no se actúa sin normas y que existen reglas en forma de obligaciones, prohibiciones, prescripciones, etcétera, tan necesarias para evitar el *caos social* al que aludía Ortega. La perspectiva propiamente moral para Pieper consiste en que esas reglas no se conciben finalmente como una coacción impuesta desde el exterior, sino como garantía de la mayor libertad posible para todos los miembros de la comunidad.

1.2.2 Evolución socio-cultural de la moral

Decía el profesor Aranguren que el hombre está *socio-culturalmente determinado en su conducta*, y es evidente que así es. Las personas somos herederas de nuestros usos y nuestras costumbres, esto es, de nuestra cultura. Y es nuestra conciencia moral la que tiene gran parte de culpa, pues ésta se

nutre de los valores que la conciencia nos dicta basados en las costumbres aprendidas. “El hombre es hecho por la sociedad en que vive y por el mundo histórico-cultural al que pertenece (...) la cultura abre un camino, pero, a la vez, nos encamina o encauza por él” (Aranguren, 1963: 22). Y, de la misma forma que determina la conducta de las personas, es una herramienta imprescindible para socializarnos. Por eso, para Aranguren la moral no es social solamente por el origen de las normas, sino, también, por el origen de la conciencia moral.

No obstante, para que los actos y la vida sean morales es preciso que aquellas normas o modelos de comportamiento y de existencia, conforme a las cuales decidamos construir nuestra vida, han de ser aceptados libremente por cada uno de nosotros. Es decir, las normas o modelos que adoptemos, para que sean morales deben pasar, previamente, por el tribunal de nuestra conciencia moral, que las calificará como deberes. “Sólo cuando, de este modo, las hacemos nuestras e incluso nos las incorporamos por vía del hábito, puede decirse, en rigor, que nos hacemos responsables de ellas”. Y será la propia sociedad quien proporcionará esos modelos o normas como “todo un conjunto de saberes prácticos, patrones de existencia y de comportamiento, *mores*” (Aranguren, 1963: 21).

Un claro ejemplo de lo que apunta el profesor Aranguren lo tenemos cuando a diario somos capaces de emitir juicios morales, aunque lo hacemos sin apenas identificarlos como tales. Así, por ejemplo, nos reprochamos a nosotros mismos haber trabajado descuidadamente, acusamos de falta de consideración a alguien que en la cola del cine haya tratado de colarse, o nos enfadamos con los contenidos de algunos programas de televisión (los de telebasura). O, por el contrario, agradecemos a nuestro vecino la ayuda que nos ofrece, nos alegramos por un trabajo particularmente bien hecho, o nos felicitamos por las buenas críticas recibidas. En todos ellos se produce un mismo efecto, tanto en las manifestaciones de rechazo como de

agradecimiento emitimos un juicio de valor comparándolo con aquello que consideramos bueno, en función de los hábitos que adoptamos (Pieper, 1990). Los hábitos son, pues, junto a la libertad de decidir lo que nos determinará como personas y, por extensión, como sociedad. Si tomamos malos hábitos, nuestros comportamientos serán inmorales, de ahí el reproche; en cambio, si están bien orientados, lo que los griegos llamaban *virtud*, nuestras acciones serán acordes a las normas morales.

1.2.3 Evolución social de la moral

La conducta del ser humano refleja pues la moral individual y ésta es el fundamento de la moral social. Las personas accedemos a la dimensión de lo moral cuando decidimos por nosotros mismos qué objetivos son buenos para un grupo o para toda la comunidad. La suma de voluntades individuales compartiendo y defendiendo un proyecto moral común da como resultado la moral social de esa comunidad. Es lo que Cortina denomina la *conciencia moral social* (2009). Éstas pueden ser “sociedades moralmente pluralistas”, aquellas en las que conviven distintas propuestas de vida en plenitud, o “sociedades moralmente monistas”, en las que sólo existe un único proyecto de vida feliz para el conjunto de ciudadanos (Cortina, 2010: 35).

Para Soria la sociedad es, antes que nada y sobre todo “personas constituidas en una unidad moral más fuerte que la unidad puramente física o de cercanía”. Y llega a esta conclusión porque la unidad moral radica en el espíritu y es la armonía de las voluntades cuando éstas tienen y quieren un fin común. “Sólo la vivencia de un fin común puede dar cohesión y unidad a las sociedades. Y a la inversa: las sociedades se desintegran, presentan escaso grado de cohesión y unidad, en la medida en que se desdibuja o se borra un fin social” (Soria, 1991a: 73).

1.3. La función social de la ética

Como disciplina filosófica que es, la ética estudia las conductas morales de las personas, justifica nuestro sistema moral y busca las razones para utilizar una norma u otra. Si la moral son reglas internas, la ética es la parte externa que utilizamos como método comparativo para determinar las buenas o malas prácticas. Ética y moral son dos conceptos que se suelen confundir en el uso diario, hasta el punto de que se usan como sinónimos. Su diferenciación estriba en que mientras que la norma ética siempre será teórica, la moral tendrá una aplicación práctica por parte de las personas. La primera es para orientar y la segunda para cumplir. Si la moral es ése saber que nos acompaña en nuestra vida, desde que nacemos y hasta que morimos, y del que no podemos desposeernos, la ética es la parte de la filosofía que reflexiona sobre la moral, también llamada filosofía moral. Aranguren lo distingue como “*la moral vivida*” (la moral en un sentido estricto), y “*la moral pensada*” (la ética).

Por tanto, la ética nos ayuda en el discernimiento entre lo bueno y lo malo, entre lo justo y lo injusto, entre el bien y el mal. Es la relación de normativa moral que empleamos como guía en nuestras actividades profesionales, en las relaciones personales, en aquello que hacemos a lo largo del día, tanto en nuestro ámbito privado como público. Adela Cortina describe la ética como un saber práctico que intenta averiguar el fin de nuestras acciones para que, de ese modo, podamos “decidir qué hábitos hemos de asumir, cómo ordenar las metas intermedias, cuáles son los valores por los que hemos de orientarnos, qué modo de ser o carácter hemos de incorporar, con objeto de obrar con prudencia” (Cortina, 1994: 20). Para Victoria Camps, la ética consiste “en la proyección de una serie de ideas reguladoras de la práctica, las cuales nos sirven tanto para señalar criterios de acción, como para evaluar las distintas prácticas” (Camps, 2004b: 41). Y Barroso la describe como “la ciencia filosófico-normativa y teórico-práctica que estudia los aspectos individuales y sociales de la persona, a tenor de la

moralidad de los actos humanos, bajo el prisma de la razón humana, teniendo siempre como fin el bien honesto” (Barroso, 1991b: 560).

La ética, por tanto, no establece de forma directa qué finalidades concretas son moralmente buenas o qué objetivos son deseables para alguien, “lo que hace es determinar los criterios de acuerdo con los cuales puede reconocerse de manera unívoca la finalidad que cabe caracterizar como una buena finalidad” (Pieper, 1990: 20). Es decir, que la ética más que decirnos qué es bueno, propio de la moral, nos dice cómo se llega a considerar a algo como bueno; de la misma manera que no formula juicios morales acerca de las acciones individuales, sino que analiza en un plano distinto cómo se llegan a formar los juicios morales acerca de las acciones. No hay que olvidar que la función de la ética como tal no es generar moral, sino hablarnos acerca de ella.

La palabra ética procede del término griego *êthos* cuyo significado viene a ser el *carácter* o el *modo de ser* atribuido a la persona. Por eso, la ética obliga a obrar racionalmente, es decir, saber deliberar bien antes de efectuar una acción, saber elegir sabiamente para actuar a lo largo de nuestra vida de forma correcta y, con todo ello, forjarse un buen carácter.

Un tipo de saber de los que pretende orientar la acción humana en un sentimiento racional, es decir, pretende que obremos racionalmente. A diferencia de los saberes preferentemente teóricos, contemplativos, a los que no importa en principio orientar la acción, la ética es esencialmente un saber para actuar de un modo racional (...) en el conjunto de la vida, consiguiendo de ella lo más posible, para lo cual es preciso saber ordenar las metas de nuestra vida inteligentemente (Cortina, 1994:17)

Y en esa necesidad de *saber para actuar de un modo racional en el conjunto de la vida*, junto a la complejidad de las sociedades actuales, la ética ha tenido que dar respuesta a los distintos ámbitos sociales. Así, además de preocuparse por lo social, de modo genérico, se está aplicando de forma particular, en el mundo de la economía, de las organizaciones empresariales, la política, la

medicina, la información... Es decir, todos aquellos campos que configuran las sociedades modernas, dadas las complicaciones que van surgiendo en las prácticas de los distintos ámbitos sociales.

1.4. Campos sobre los que actúa la ética

Desde que Aristóteles consideró la ética como una disciplina filosófica independiente, distinguiéndola de otras disciplinas de la filosofía teórica, han pasado 25 siglos. Durante todo este tiempo la ética ha desempeñado una función vital para la vida en común de las personas. Como concepto podemos decir que la ética se ha preocupado por la manera de actuar coherente, constante y permanente del hombre para llevar a cabo lo bueno; que florece de nuestros valores para indicarnos si algo está bien o mal, si es correcto o incorrecto un acto humano. En cambio, como hemos apuntado anteriormente, no prescribe ninguna norma o conducta, eso lo deja para la moral. Su cometido es aportarnos las herramientas necesarias para aclararnos qué es lo moral y cómo se fundamenta racionalmente una acción moral para después poderla aplicar en los distintos ámbitos de la vida (Cortina, 2009; Pieper, 1990; Camps, 1996 Conill, 2004a; Aranguren, 1963). De ahí, que su recorrido por los variados campos de actuación haya sido muy extenso, no sólo por su longevidad, también por las necesidades que se han ido generando en todos los ámbitos pero, principalmente, en el profesional. “La ética hoy es un elemento ineludible de cualquier diseño institucional que desee funcionar con bien, incluso de cualquier proyecto de investigación que quiera recibir el visto bueno”, hasta el punto de dar cuerpo al sueño hegeliano de encarnar la moralidad en las instituciones (Cortina, 2010: 42).

Conforme las profesiones se han ido asentando en la sociedad y la cualificación se ha convertido en exigencia para poder ejercer ciertas actividades laborales -lo que ha originado, a su vez, que la complejidad de los trabajos y las tareas de las personas aumente irremediabilmente- la ética ha

ido cubriendo espacios nuevos. Ya no es solamente en las relaciones sociales generales donde debe actuar, teniendo como base las normas morales. Ahora también lo hace en las relaciones profesionales, cuyas normas son ahora deontológicas. En este caso, “la ética muestra cómo obrar correcta o incorrectamente, dependiendo de unas normas deontológico-profesionales” (Barroso, 1991b: 561).

Desde las últimas décadas del siglo XX, la ética ha ido evolucionando a medida que los contenidos y las necesidades así lo han requerido. De la misma forma que las sociedades van evolucionando, la ética ha hecho lo propio en clara demostración de que es una disciplina viva. Prueba de ello son los distintos ámbitos que atiende conforme estos van apareciendo.

1.4.1 Ética social

Podemos decir que la ética social es, de toda la subdivisión de éticas aplicadas a cada ámbito, la primaria por cuanto se preocupa por la socialización de los individuos, por la génesis de la sociedad, tal como hemos apuntado en el primer capítulo de este trabajo. También podemos considerarla como la contrapartida de la ética individual, en la medida que pone el acento en los deberes y derechos de cada individuo pero no respecto a sí mismo, sino respecto de la colectividad humana en la que vive (su comunidad). Del Hierro la define como el “conjunto de reglas de comportamiento que una sociedad reconoce y admite comúnmente como justas y obligatorias y que son independientes del reconocimiento del individuo concreto” (Del Hierro, 1991: 869).

Debido a que el hombre es un ser social que, para poder satisfacer sus necesidades, depende de la ayuda y el reconocimiento de otras personas, se han establecido determinadas formas de convivencia: el matrimonio, la familia, el grupo, la sociedad, la comunidad... Sus principios de orden, tal como venimos señalando, proceden de las normas morales y éstas alimentan

los principios éticos básicos de libertad, igualdad, justicia, dignidad humana y solidaridad, y, de esta forma, permiten un comportamiento que hace posible la vida en común y el bienestar de sus miembros. Por ello, podemos concluir, siguiendo a Del Hierro, diciendo que la ética social no es más que el mecanismo para conseguir el bien común.

Contra las tendencias y predisposiciones negativas para las personas como el egoísmo, la envidia, el apetito de poder y el odio, la ética social promueve el amor al prójimo, la compasión, la tolerancia, el respeto y la solidaridad, con el fin de que el proceso de socialización sea un hecho natural y con base moral (Pieper, 1990).

1.4.2 Ética médica

Es, tal vez, la más conocida por la dimensión y repercusión del campo profesional al que se dedica: la medicina. Después de la ética social, la médica es la siguiente en orden de aparición (aunque no en popularidad, que la supera con creces). La ética médica parte del *Juramento Hipocrático*¹ y sigue siendo válido en nuestros días gracias a la Declaración de Ginebra de 1948. En él se recoge que el médico está obligado a no tratar a sus pacientes como un mero objeto a reparar, sino a respetarlos como personas que tienen derecho al trato humano y a la asistencia del médico que les atiende.

La ética médica considera la actividad de los médicos como una concreción de la norma general que insta a ayudar de manera adecuada a quienes lo necesitan. Los necesitados son, en este caso, personas enfermas, y la manera adecuada de presentarles ayuda es esencialmente de naturaleza médica. Así, el médico tiene el deber de utilizar los medios eficaces y también adecuados y proporcionales para conseguir que las personas recuperen la salud (Gracia, 2008).

¹ Se atribuye al médico griego Hipócrates (S. V a C.) la redacción del juramento que lleva su nombre y que hacen los médicos al finalizar sus estudios de medicina. Su contenido es de carácter ético.

El sector de la salud puede considerarse como uno de los que más conflicto genera, tanto por las relaciones profesionales-pacientes, como por la gestión de los recursos sanitarios. No hay que olvidar que todas las personas en algún momento de nuestra vida somos o hemos sido usuarios-pacientes, y no por voluntad propia sino por necesidad, lo cual nos convierte en testigos directos. Además, los contenidos que orbitan a su alrededor tienen que ver con las cosas de la vida y eso siempre crea polémica (Feito, 1999). Actualmente, los temas que constituyen los problemas principales discutidos en la actualidad por la ética médica son, entre otros: interrupción del embarazo, eutanasia, creación artificial de vida humana, neurocirugía, trasplante de órganos y/o el deber de información (Lora y Gascón, 2008).

Hoy en día, tanto la médica como la científica, que veremos más adelante, son dos caras de una misma moneda desde el punto de vista de la ética, dada la evolución científico-médica que se está desarrollando en los últimos años y que la han convertido en una macroactividad indisociable. De ahí, la aparición de la *bioética* como una ética aplicada a todo lo referente a las ciencias de la salud (o las ciencias *bio*, donde se agrupa la medicina, la investigación científica, la industria farmacéutica, la biotecnológica, etc.)

1.4.3 Ética política

Si en algún lugar es necesaria la ética éste sería, sin lugar a dudas, el de la política. La aplicación de la ética a la dimensión política de la vida no sólo se refiere a las conductas morales o inmorales de los representantes políticos, su objeto es mucho más amplio. Tampoco ha de confundirse con la filosofía política, que tiene otro cometido bien distinto, aunque no incompatible.

La ética política abarca la totalidad de las acciones, actividades y prácticas que tengan una relación directa o indirecta con la política en su sentido más amplio: desde el cuerpo de funcionarios y trabajadores de la administración pública, hasta los responsables de los poderes que componen

el Estado democrático liberal (legislativo, ejecutivo y judicial), pasando por las empresas del sector privado que tengan relación con los poderes públicos. Todo el conjunto de relaciones que genera el ámbito político. Es decir, aquello a lo que Aranguren denomina *el comportamiento político y las estructuras políticas*. El primero obedece a la forma de comportarse del político –o la persona, en cuanto político- en su aspecto psicológico; el segundo es más sociológico, en cuanto tiene que ver con las relaciones con las estructuras reales: económica, social, técnica... es decir, los grupos de presión, también llamados “fuerzas vivas”, y las posibilidades que ofrecen. Dadas las características de la actividad política, éste es un ámbito en donde se hace necesario, más que en ningún otro, exigir un comportamiento ético porque “el grupo social que posee el poder tiende a estabilizar y consolidar su situación de dominio, transformándola en sistema estático de relaciones de propiedad, y de acceso reservado a los cargos y funciones importante”, por tanto, es preciso una demanda, una actitud y una inquietud moral que evite comportamientos viciados (Aranguren, 1963: cap. III y IV).

Para Thompson, entre la acción política y la vigilancia ética, en muchos casos existe un conflicto de difícil solución, porque mientras la política se ve como un dominio de poder, gobernado por normas de la prudencia; la ética es un dominio de principios puros, regidos por imperativos morales. De lo que se desprende que “el conflicto entre la ética y la política está implícito en la ética política” (Thompson, 1999: 12). Un conflicto generado por las diferentes demandas que la ética misma plantea a la política. De ahí que cuando un político se justifica diciendo que no tenía otra opción (en relación con una decisión inmoral) no es más que una excusa para referirse a que no tuvo en cuenta al conjunto de alternativas para elegir una buena acción.

1.4.4 Ética económica

Entre los cometidos que tiene la ética económica, su interés se centra en los objetivos y las normas que rigen la actividad económica. Por la importancia que tiene la economía en la vida de las personas y de éstas con el entorno, la ética económica constituye una forma específica de la ética social, no hay más que ver cómo actualmente los Estados son rehenes de los mercados (Conde, 2010).

La actividad económica –bien sea privada o pública- se determina por el objetivo de la maximización de los beneficios, lo que puede interpretarse como una concreción falsa del principio ético de aumentar la felicidad y el bienestar de las personas. La actividad económica debe ajustarse también a criterios morales, como el resto de ámbitos de la sociedad (Cortina, 1994 y 2003). No puede derivar hacia la búsqueda del beneficio por el beneficio para unos pocos a costa de todos los demás. No pueden anteponer *los bienes externos a los bienes internos* de los que nos habla Jesús Conill (2004). Para este autor, en las actividades existen unos bienes internos y otros externos, los internos son su función social y los externos su función económica: ganar dinero, prestigio, poder... Por el contrario, el progreso económico general debe beneficiar a todos en función tanto de su participación y rendimiento, como de sus necesidades.

1.4.5 Ética científica

La ética científica reflexiona acerca de los requisitos morales bajo los cuales realiza el científico su labor profesional. El científico es un profesional obligado por su propia responsabilidad a ser extremadamente respetuoso con la verdad y someter a ella, de manera incondicional, todos los intereses personales o materiales del individuo y de la comunidad. También es responsabilidad del científico examinar y velar por los resultados de sus investigaciones con el fin de evitar que pueda hacerse un mal uso de ellas o

puedan ser utilizadas arbitrariamente para la creación, la modificación o la destrucción de la vida humana (Tamayo, 2007).

Como hemos apuntado en el apartado de la ética médica, actualmente ambas actividades están estrechamente relacionadas entre sí, pues tanto las técnicas profesionales como los procesos de protocolos establecen una unidad de la actividad medico-científica distinta a la de hace unos lustros. Por eso, desde la ética se está estudiando bajo el paraguas de la *bioética* todo lo concerniente a la labor de la medicina del siglo XXI como un todo, donde se incluye la labor médica y científica que abarca desde el tratamiento cotidiano de la gestión hasta la función investigadora con el empleo de los nuevos recursos tecnológicos (Rodríguez, 2008).

Otra cuestión que es importante destacar es que, en esa vocación vigilante que tiene la ética, se están llevando a cabo investigaciones sobre otros campos hasta hace poco desconocidos para la ética y que actualmente están floreciendo gracias a la voluntad de algunos autores, nos referimos a la *neuroética* y la *neuropolítica*.

1.4.6 Ética ecológica

Es, de todos los campos de la actividad humana, de los últimos en incorporarse a la vigilancia del código ético. Si el medio ambiente es el medio natural gracias al cual podemos vivir, no tenía sentido, y dado los despropósitos que estamos cometiendo contra él por parte del hombre, que no nos preocupáramos, desde la ética, por conservar un medio tan vital para todos. Por lo menos, poder reprochar éticamente a quienes maltratan el ecosistema y, mediante la generación de una conciencia moral de respeto a la naturaleza, generar normas para protegerlo.

Se le atribuye a los ambientalistas la insistencia de recurrir a la ética para poner freno a la devastación del medio ambiente por parte del hombre. Al poderse comprobar cómo estamos explotando sistemáticamente la Tierra y los

daños incalculables que hemos ocasionado, se ha hecho particularmente urgente crear una conciencia moral de responsabilidad y protección con el medio natural. Pero una ética del medio ambiente, lo que llamamos *ecoética*, requiere de un planteamiento global, porque la relación con la naturaleza no puede depender exclusivamente de los intereses y las necesidades de la sociedad actual sin mirar en la del futuro (Cortina, 2004a; Velayos, 2008).

Los recursos naturales son finitos y, por tanto, si acabamos con ellos de alguna manera también estamos acabando con la vida de las generaciones futuras. La deforestación de los grandes pulmones del planeta, el efecto invernadero que está aumentando la temperatura de la Tierra o la contaminación galopante de nuestros ríos y mares está cambiando parte de nuestro ecosistema más rápido de lo que parece. Si no ponemos remedio y echamos mano de una conciencia moral sobre el grave problema que supone el cambio climático, la degeneración del planeta, sólo será cuestión de tiempo para que nos demos cuenta de la magnitud de lo que se avecina. Garvey plantea que “cualquier propuesta de actuación contra el cambio climático debe, como mínimo, satisfacer los cuatro requisitos morales”. Los criterios a los que se refiere el autor para que las propuestas sean consideradas morales son: responsabilidades históricas, capacidades presentes, sostenibilidad y justicia del procedimiento (Garvey, 2010: 138-139).

1.4.7 Ética periodística

En un mundo tan mediático y mediatizado como el nuestro, no es raro que la actividad periodística tenga una especial relevancia en las sociedades actuales. Es más, podríamos afirmar que está presente en la mayoría de los sectores o ámbitos sociales. La máxima *información es poder* se pone de manifiesto y es incorporada a los manuales de estilo de cualquier persona que tiene o aspira a tener poder. Por tanto, es una de las actividades profesionales

que más influencia tiene para el resto de actividades y, en consecuencia, mayor responsabilidad asume su ejercicio.

La capacidad de influencia en la opinión pública, la posibilidad de elegir los contenidos que serán noticia o las garantías jurídicas para poder desarrollar su trabajo con libertad pueden convertir al periodista en alguien nefasto para la sociedad si no es honesto en su trabajo. Al poder dibujar una realidad artificial para favorecer intereses particulares y olvidarse de su función social, el periodista se convierte en una amenaza para la opinión pública porque en lugar de velar por ella la está intoxicando. Por tanto, los profesionales de la comunicación deben asumir conductas éticas que eviten desviaciones impropias de su oficio, deben tener presente que tienen un compromiso con la sociedad de lealtad y buen hacer, y alejarse de quienes ejercen presión sobre ellos para aprovecharse en beneficio propio (Conill y Gozávez, 2004).

1.5. Ética y deontología profesional

Desde la Antigüedad las profesiones han estado ligadas a las áreas del conocimiento: jueces, sacerdotes, médicos, militares, arquitectos, profesores... Quienes se dedicaban a ellas eran personas de reconocida reputación y prestigio. El resto de trabajos eran considerados oficios artesanales: carpinteros, panaderos, alfareros, albañiles... Así, mientras que las profesiones se entendían como una especie de sacerdocio, cuyo componente vocacional era indispensable a todos los efectos, hasta el punto de vivir de una determinada forma con arreglo a la actividad que profesara, los buenos artesanos requerían de unas habilidades manuales para ejercer el oficio con la prestancia suficiente para convertirlos en maestros (Hortal, 2010; Martínez, 2010).

Actualmente, esos perfiles se han desdibujado con el avance del tiempo y de las técnicas. Hoy consideramos profesionales tanto al médico como al carpintero, al abogado como al electricista, al periodista como al fontanero... A todos ellos se les instruye mediante una preparación específica, requieren de

una prolongada experiencia profesional y sus conocimientos especializados son reconocidos por la sociedad. Porque, si como dice Augusto Hortal, los profesionales son “aquellos que se ocupan de hacer lo que no todos hacen o se dedican a hacer” (2010: 36), entonces podemos considerar profesional tanto a quienes ejercen su trabajo en aquellas profesiones ligadas a las áreas del conocimiento, como a los que lo hacen en oficios artesanos.

La cualificación y valía de las personas siempre se ha considerado una virtud, pues, como dice Ortega y Gasset, “existen en las sociedades operaciones, actividades, funciones del más diverso orden, que son, por su misma naturaleza, especiales, y consecuentemente no pueden ser bien ejecutadas sin dotes también especiales” (Ortega, 2004: 71). Si en el pasado se medía la profesionalidad por los conocimientos académicos adquiridos en la universidad o por la instrucción aprendida en los propios talleres, hoy en día a los profesionales se les exige, además de conocimientos e instrucción, un fuerte compromiso con los valores y metas de la profesión con el objeto de prestar un servicio excelente a la comunidad a través del esfuerzo en el ejercicio profesional (Martínez, 2010).

Al profesional, ante todo, debe exigírsele un sentimiento ético para con la comunidad, que viene determinado por las reglas de comportamiento que la sociedad ha aceptado pero que no siempre conoce. Los profesionales hoy en día han de predicar con el ejemplo: practicar la profesión con ejemplaridad. Como en muchas ocasiones la sociedad no tiene suficientes criterios para juzgar la buena o mala acción, deben ser ellos mismos quienes exijan conductas acorde con las buenas prácticas profesionales. Es lo que esperan los ciudadanos y necesitan las sociedades libres, porque “una sociedad justa, libre y próspera necesita ciertamente buenos profesionales” (Hortal, 2010: 231). La profesionalidad podemos considerarla una virtud siempre y cuando sirva a los intereses comunes de la sociedad, no en la medida en que sirva sólo al mantenimiento de sus roles y funciones. Por eso, puesto que el buen

profesional posee una identidad social, se le debe exigir una mayor contribución en la convivencia ciudadana vivida en justicia y libertad, que es el fin último de la ética. El mejor servicio que puede hacer un profesional a la sociedad es “hacer bien, con competencia, diligencia y responsabilidad social lo que se trae entre manos” (Hortal, 2010: 232).

Pieper destaca que las profesiones han desarrollado, de manera más o menos explícita, una ética profesional, cuyas normas son vinculantes para quien ha elegido y ejerce la profesión en cuestión. Todas las normas morales de los grupos profesionales se basan en el principio moral general que consiste en hacer cada cual su oficio lo mejor que pueda. Se reconoce en el trabajo un valor en sí mismo, o dicho de otra manera, el trabajo no se define sólo por las reglas técnicas que permiten un proceso laboral fluido, sino que es también una actividad que se ejerce sobre la base de unas reglas morales, particularmente en el caso de que directa o indirectamente resulten afectadas otras personas (Pieper, 1990).

Como la ética genera confianza y prestigio, podemos decir que una actividad ética siempre estará bien considerada por los ciudadanos (Cortina, 1994). Las sociedades modernas estamos otorgándole a la ética profesional una importancia cada vez mayor. De ahí que a poco que profundicemos nos encontramos con ejemplos que van desde las administraciones públicas, las empresas y la economía, hasta la prestación de servicios, el consumo o las relaciones sociales. Y así descubrimos, por mencionar algunos (Mora, 2010):

- Código de Conducta de la Comisión Europea
- Código de Conducta de la Compañía Boeing
- Códigos de Buen Gobierno de Entidades Reguladoras de las Sociedades Cotizadas
- Carta Ética del Deporte
- Comisión de Ética e Investigaciones Sanitarias de Andalucía
- Comité de Bioética del Hospital Clínico de Valencia

- Código de Buen Gobierno de la Administración General del Estado
- Código Ético de la Asociación de Marchantes de Arte
- Código de conducta de la Unión Europea
- Código de Buenas Prácticas Medioambientales
- Manual Ecológico del Conductor de Caminos

No debe sorprendernos, pues, que la proliferación de los distintos textos obedezcan a una necesidad por autoimplantarnos unas normas que nos faciliten el buen hacer entre las distintas actividades que desarrollamos actualmente en la vida cotidiana en unas sociedades cada vez más complejas, especializadas y multidisciplinares. Y es así como los colectivos profesionales y los distintos sectores económicos vienen apostando desde hace años por resaltar su dimensión social como una respuesta más responsable ante los ciudadanos. Empresas, Administraciones y ciudadanos hemos descubierto que también la ética es rentable económica y socialmente (Cortina, 1994; Conill, 2004a)

Las éticas profesionales están muy próximas a las éticas deontológicas, pues estas manan de aquellas. Es más, no se entiende la deontología sin una ética de las profesiones, como tampoco se entiende la ética profesional sin la ética social. Las deontologías –por decirlo con Hortal- forman parte de las éticas normativas que estudian las normas morales y fundamentales del deber que tendrán que seguir y observar los profesionales de cada ámbito. Eso se logrará a través de la observación de los postulados recogidos en los respectivos códigos deontológicos, los cuales regulan y reglamentan la profesión. Sin embargo, es preciso resaltar que las éticas no obligan más que a la voluntad del individuo a aceptar sus postulados, no tiene poder coercitivo como la ley. Hay que tener en cuenta que la ética y el derecho son dos realidades diferentes que coexisten en el tiempo y en una misma sociedad pero con medios distintos, aunque la mejor ley sería aquella que se fundamentara

en el orden ético. Porque en un Estado democrático, tanto el derecho como la ética están al servicio de las libertades (Cortina, 2004a).

1.5.1 Los códigos deontológicos

Al igual que pasa con profesiones como la periodística o la médica, la mejor manera de aplicar conductas éticas en el ejercicio de la actividad laboral es mediante los códigos deontológicos adaptados a las peculiaridades de las distintas actividades. Los códigos deontológicos son la normativa específica de una actividad o profesión. Aznar los describe como “documentos que recogen un conjunto más o menos amplio de criterios, normas y valores que formulan y asumen quienes llevan a cabo una actividad” (2010: 31). Y para Camps son la mejor herramienta para resolver los conflictos generados a consecuencia de una actividad profesional porque “procuran aproximar los derechos y deberes generales a las exigencias de cada profesión, explicitando los posibles conflictos a los que el ejercicio profesional se verá enfrentado y dando pautas para resolverlos” (Camps, 2004a: 233). En cualquier caso, para ser efectivos, los códigos deben prescribir conductas éticas de obligado cumplimiento para quienes formen parte de una actividad profesional o empresarial.

En los últimos años en España la aparición de documentos deontológicos o de ética profesional va en aumento. Si las primeras profesiones en asumir públicamente los preceptos éticos en el desarrollo de su actividad estaban relacionadas, sobre todo, con la medicina o el derecho, actualmente la nómina de actividades profesionales que cuentan con este tipo de documentos se ha ampliado notablemente. A continuación presentamos un listado donde recogemos algunos de los más destacados, tanto por corresponder a actividades tradicionales, como por tratarse de disciplinas profesionales recientes:

- Código de Deontología Médica²

² Organización Médica Colegial de España.

- Código Deontológico de la Abogacía³
- Código Deontológico de Periodismo⁴
- Código Deontológico de Enfermería⁵
- Código Deontológico de la Profesión de Psicólogo⁶
- Código Deontológico de Economistas⁷
- Código Deontológico de los Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos⁸
- Código Deontológico de los Ingenieros Industriales⁹
- Código Deontológico de la Profesión Docente¹⁰
- Código Deontológico de Profesionales de la Educación Física y del Deporte¹¹
- Código de Ética del Profesional en Turismo¹²
- Código de Ética Farmacéutica¹³
- Código de Ética para Bibliotecarios y Profesionales de la Información¹⁴
- Código de Ética y Deontología Dental¹⁵
- Código de Conducta Publicitaria¹⁶
- Código Deontológico de Detectives Privados¹⁷
- Código Deontológico de Peritos Judiciales¹⁸

³ Consejo General de la Abogacía Española

⁴ En España existen varios, pero el más importante es el de la Federación Española de Asociaciones de la Prensa (FAPE)

⁵ Organización Colegial de Enfermería

⁶ Consejo General de Colegios Oficiales de Psicólogos

⁷ Consejo General de Economistas

⁸ Colegio de Ingenieros de Caminos, Canales y Puertos

⁹ Consejo General de Ingenieros Industriales

¹⁰ Consejo General de Doctores y Licenciados en Filosofía y Letras y en Ciencias

¹¹ Consejo General de Licenciados en Educación Física y en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte

¹² Asociación Foro de Profesionales en Turismo

¹³ Sociedad Española de Farmacia Hospitalaria

¹⁴ Federación Española de Sociedades de Archivística, Biblioteconomía, Documentación y Museística

¹⁵ Organización Colegial de Dentistas de España

¹⁶ Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial

¹⁷ Asociación Profesional de Detectives Privados de España

¹⁸ Asociación Profesional de Peritos Judiciales de España

- Código Deontológico de Reiki¹⁹
- Código Deontológico de la Persona Mediadora²⁰

Es indudable que la aparición de este tipo de códigos es fruto de la reflexión y sensibilidad de quienes ejercen la actividad profesional, pero también por la exigencia de la propia sociedad. De la misma manera que para obrar bien es oportuno tomar buenas decisiones, desde el ámbito laboral se hace necesario emplear unos hábitos y no otros, desarrollar virtudes y rechazar vicios que marquen el camino de una conducta ética, motivo por el cual es necesario que cada vez más ámbitos profesionales elaboren y pongan en práctica códigos éticos cuyas recomendaciones y normas de conducta les recuerden los *bienes internos* de su actividad (Cortina, 1994).

La ética, que mana de las normas morales que han hecho posible la vida en comunidad, ha tenido que ir adaptándose a las nuevas necesidades que las sociedades modernas le han demandado. Y del mismo modo que en su origen, su ámbito de aplicación se proyectaba únicamente hacia la socialización de los individuos, con los años, su grado de especialización se ha dirigido al ámbito de las actividades profesiones. De ahí, que cualquier código de conducta profesional no es más que un conjunto de preceptos éticos encaminados a promover el respeto y las buenas relaciones de los profesionales hacia la ciudadanía.

¹⁹ Federación Española de Reiki

²⁰ Asociación Española de Mediación

CAPÍTULO II

MARCO CONCEPTUAL DE LA COMUNICACIÓN Y SU REPERCUSIÓN UNIVERSAL COMO DERECHO RECONOCIDO

2.1. La función social de la comunicación: el deber ser de la información en la sociedad

La comunicación es de los elementos más importantes para la vida en común de los seres humanos. A través de ella las personas han podido relacionarse unas con otras, construir proyectos de futuro y asentar las bases de la sociedad. La comunicación humana permite la transmisión de mensajes a través del lenguaje –un hecho que nos diferencia del resto de animales–, base fundamental para el desarrollo de los pueblos. Su importancia es de tal magnitud que, si no existiera la comunicación, no podríamos hablar de vida en sociedad.

Para autores como Farias “la sociabilidad del hombre demanda comunicación, pues sin ella la vida social parece (...) emitir y recibir mensajes es, pues, una exigencia de la vida en sociedad” (1991: 338). Villanueva (2001) vincula la existencia de la comunidad a la de la comunicación, al igual que González Casanova²¹. Si para el primero, comunicar para convivir es un vínculo, además de etimológico, antropológico; para el segundo, no puede haber posibilidad de comunicación sin comunidad, como tampoco puede existir comunidad sin comunicación. Y Desantes define la comunicación humana como “humana comunicación; es decir, algo tan natural al hombre como la palabra o el gesto de los que la persona dispone precisamente para relacionarse con sus semejantes” (2004: 51).

A medida que las sociedades fueron desarrollándose y creciendo las comunidades humanas, la comunicación tuvo que ir acoplándose a las nuevas

²¹ Citado en Desantes (2004: 75)

necesidades que la realidad social imponía. La comunicación pasa de ser utilizada entre unos pocos, para servir de altavoz hacia otros muchos. Las comunidades conocen lo que sucede en otros lugares gracias a la información que reciben y que alguien comunica. Ésa es la función social de la comunicación, la que permite vertebrar las sociedades y darles a conocer lo que sucede lejos de su hábitat. Y es así como la comunicación pasa a tener un valor considerable que ha ido aumentando en la misma medida en que las sociedades han ido evolucionando.

2.1.1 Comunicación e información: concepto y diferencias

Con frecuencia comunicación e información son dos términos que utilizamos como sinónimos. Sin embargo, Villanueva (2001) establece ciertos matices que diferencian un concepto del otro. Así, mientras que comunicación es el intercambio de noticias, hechos, opiniones, mensajes entre individuos o pueblos; información es el conjunto de datos y conocimientos organizados para que puedan ser aprovechados de la mejor manera posible por los ciudadanos. En este último caso se hace necesaria la intervención de un especialista que *organice el conjunto de datos* para posteriormente difundirlos a los ciudadanos y sean *aprovechados de la mejor manera posible*. La diferencia, pues, estriba en que mientras la comunicación es el proceso de intercambio de contenidos entre personas, la información requiere de la participación profesional para organizar y difundir al conjunto de ciudadanos. Es decir, la intervención del periodista y del medio de comunicación o de información como organización. Y es así, gracias al papel que desarrollan periodistas y medios, cuando la comunicación se propaga a través de medios técnicos y profesionales, se convierte en información.

Desantes es más claro y directo, para este autor “toda la información es comunicación, aunque no toda la comunicación haya de estar informada” (2004: 58-59), dejando claro que para considerar un mensaje información

requiere de unos requisitos que la propia comunicación no necesita, como son la veracidad del mensaje y la fidelidad de los datos, ya que “la información traduce la realidad en palabras” (*id.*: 60) Con lo cual, a la conclusión que llegamos es que la información deberá cumplir dos requisitos fundamentales para poderla diferenciar del concepto estricto de comunicación. Uno técnico, que exige la existencia de medios técnicos para que el mensaje pueda difundirse y llegue a todos los miembros de la comunidad; y otro ético, para que los contenidos del mensaje tengan un compromiso con la verdad. Sin embargo, tal como hemos apuntado, la evolución del lenguaje y de los conceptos ha hecho que ambos conceptos (comunicación, información) sean tenidos como sinónimos y empleados como tal.

2.1.2 Etapas históricas de la información

De la misma manera que las sociedades han ido evolucionando y progresando, la información, en su recorrido histórico, también ha pasado por varios momentos. Soria (1991b) nos presenta cuatro etapas hasta llegar a nuestros días. En todas ellas la pregunta que se plantea es la misma ¿a quién pertenece la información en cada una de las etapas? Y las respuestas son:

1. Etapa soberanista de la información, en la que era entendida como una marca más de la soberanía estatal. En esta etapa la información fue del poder.
2. Etapa empresarialista de la información. Etapa en que la información lo fue de la empresa informativa.
3. Etapa profesionalista de la información. La información estaba considerada que era de los periodistas.
4. Etapa universalista de la información (en la que actualmente estamos). En esta etapa la información es del público.

“Se culmina así un proceso histórico-informativo que primero situó el centro de gravedad en la idea de soberanía, es decir, en el *poder*; más tarde en la idea del *tener*, y, por tanto de la empresa informativa; después, en la idea del *ser*, y en consecuencia, en el profesional de la información; y, finalmente, en la idea del *deber ser*, de servir para la satisfacción de un derecho” (*id.*: 346) De ahí que Soria denomine a esta última: *etapa universalista de la información*.

El deber ser de la información, en la época actual, no es otro que el de servir al conjunto de la sociedad -del total de las personas que la componen- para formar y promover la participación de los ciudadanos en las decisiones y en la vida democrática, para alcanzar las cotas más altas de libertad, para servir de contrapoder ante los excesos de los poderes públicos. Y para ello es indispensable reconocer la función pública de la información, con independencia de que sus agentes sean públicos o privados.

Decía Ortega y Gasset en su archifamoso ensayo *La rebelión de las masas* que cuando la sociedad no hace partícipes a sus miembros, abandona la racionalidad y, en consecuencia, aparece la barbarie. Y ésta es una de las labores fundamentales de los medios de comunicación y de los periodistas en nuestros días: la de posibilitar a la sociedad un vehículo para formar e informar al conjunto de ciudadanos. Si tal como dice Soria (1991a) podemos afirmar que la información es un derecho de los ciudadanos y un deber de los Gobiernos²², en consecuencia, la actividad informativa constituye una función que, pudiendo ser privada, siempre será de interés público (Desantes, 1973). Y a juzgar por el papel que desempeñan los profesionales y medios de la información en la actualidad, Aguilera (1990) apunta que como la comunicación que se establece a través de ellos es lo que garantiza la cohesión de toda la comunidad, con independencia de que se trate de una comunidad grande o pequeña, “los medios deben concebirse como un servicio público y no como un privilegio” (1990: 38).

²² Los Gobiernos democráticos tienen el deber de facilitar el acceso a la información de los ciudadanos, de facilitar la creación de medios de comunicación, así como de facilitar información de interés público.

2.1.3 La información como disfunción social

Para Cortina (2004b) la actividad informativa es ante todo social y, por tanto, como en el resto de actividades existen unos bienes internos y otros externos. Los internos son generar una opinión pública madura y responsable; los externos: ganar dinero, poder y prestigio. La corrupción de la actividad profesional se produce cuando los bienes externos sustituyen a los internos o son un obstáculo para alcanzarlos. La información no es ganar dinero a cualquier precio (Soria, 1991a). Es preciso entender las diferencias que existen entre demandas y necesidades sociales, y comprender que las empresas informativas están llamadas a rendir cuentas, no sólo a sus accionistas y propietarios, también al público y a la sociedad en general.

Juan Carlos Suárez es tajante “el fin último de una empresa informativa y audiovisual no es ganar dinero; los fines específicos son informar, formar y entretener (...) obtener beneficios a costa del menosprecio de la dignidad moral de los usuarios, es pervertir los fines específicos de la comunicación” (1999: 37). Sin embargo, es conveniente advertir, tal como apunta Aznar, que “los medios de comunicación son [sólo] medios, [y será pues] en la responsabilidad y el cuidado de su uso donde hay que poner el acento” (2000: 142). Reflexión que nos lleva directamente a plantearnos si el deber ser de la información coincide con el deber ser de los medios de comunicación, porque sí, como advierte Ruiz (2006), los medios técnicamente posibilitan el uso público de la información, de lo que ahora se trata, porque es fundamental, es de que también garanticen éticamente ese uso público y eso sólo será posible si medios y periodistas tienen un compromiso moral.

Como ya hemos planteado, la información tiene una función social muy importante en la sociedad que pasa por ser considerada como uno de los pilares de los sistemas democráticos. La información está considerada un derecho básico y fundamental al que todas las personas tienen garantizado su acceso. Por eso, cuando la información deja de lado el interés general y lo

sustituye por el interés particular lo que se produce es una disfunción social, porque deja de cumplir su cometido para atender a razones deleznable. Y atenta contra la confianza y el valor que la ciudadanía le ha otorgado. Soria establece claramente las características que la información ha de poseer para ser tomada como tal:

No es información sólo porque su autor sea un informador, ni únicamente porque se difunda a través de un medio informativo. La información tiene derecho a este nombre si reúne todos los elementos constituidos propios de cada tipo de mensaje (mensaje de hechos, mensaje de ideas, mensaje de opiniones); y si además la información está en armonía con el resto de derechos humanos (1991a: 75).

2.2. La Declaración Universal de los Derechos Humanos: la información como derecho universal

La Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 convierte el derecho a la información en un derecho humano, lo que hace que el público sea el verdadero objetivo de la actividad informativa (Bel Mallen, 1991). Así lo dispone su artículo 19:

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 (art. 19 DUDH).

Este artículo de la DUDH es, sin duda, el que da validez y autoridad internacional al derecho que todo ser humano tiene para informar y estar informado. A partir de la fecha de su publicación, el 10 de diciembre de 1948, puede decirse que “se produjo una revolución informativa, porque el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos proclamaba por vez primera en la historia que el hombre –todo hombre- tenía derecho a la información” (Soria, 1991b: 342). Otra característica reseñable de este artículo para Farías es que es un “derecho a *todo individuo*, a la vez que amplía las

facultades a la de recibir informaciones y opiniones”. Y junto al artículo 10 de la Convención Europea de Protección de los Derechos del Hombre y de las Libertades Fundamentales²³, de 4 de diciembre de 1959, “que refiere el derecho a *toda persona*”. Se produce con ello un salto cualitativo: el reconocimiento normativo universal del derecho a la comunicación (1991: 340).

Por su parte, Yanes (2009) considera que la libertad de expresión, a partir del momento en que es recogido por el artículo 19 de la Declaración Universal, se convierte en un derecho fundamental del derecho internacional. Y Desantes (1973) subraya como característica innegable de este derecho natural que, por corresponder a todo hombre y estar recogido en la DUDH, es un derecho universal que el resto de Constituciones democráticas deberán tomar como referencia a partir de ese momento.

Todos los autores coinciden, por tanto, en que el artículo 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos es el acta de nacimiento del derecho a la información al definirlo como ningún otro texto, en profundidad y extensión. Y así queda recogida en Desantes (1973) una afirmación de Logié donde se refiere que este artículo “es el acta de nacimiento del derecho a la información” (p.117).

2.2.1 Evolución de un derecho reconocido universalmente

El derecho a la información es universal. Todos los hombres, cada persona concreta, es titular de un derecho que, hoy en día, también se extiende a las personas jurídicas. No obstante, la consecución y el reconocimiento de un derecho tan importante como éste ha sido posible gracias al impulso y el compromiso de muchas personas en la lucha por las libertades. Del Hierro lo define muy bien: “los hombres, en todas sus épocas,

²³ El artículo 10 dice: “Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión. Este derecho comprende la libertad de opinión y la libertad de recibir o de comunicar informaciones o ideas sin que pueda haber injerencia de autoridades públicas y sin consideración de fronteras. El presente artículo no impide que los Estados sometan a las empresas de radiodifusión, de cinematografía o de televisión a un régimen de autorización previa.”

han afirmado la necesidad de la libertad frente al poder [y como consecuencia] el proceso de positivación significa la inserción de los derechos humanos en el derecho positivo” (1991: 854-855). Su inclusión en el ámbito jurídico positivo ha venido a transformar unos derechos abstractos situados en el ámbito de la moral, para colocarlos en el ámbito de las posibilidades reales de actuación, en el ámbito de la autonomía individual frente al poder, a la vez que son reconocidos, protegidos y garantizados por el poder mismo.

A partir del siglo XVIII se producirá en el contexto internacional un cambio en las estructuras políticas y sociales que vendrá a romper con el viejo feudalismo y el nacimiento de una nueva época determinada por los periodos revolucionarios. Los hombres pasarán a ser considerados ciudadanos, mientras que los poderes estatales verán reducidos sus privilegios. A ello habrá que añadir las posibilidades del fenómeno de la prensa (tanto en su actividad de impresión, como en su actividad periodística) en cuanto a la difusión de las ideas: los impresos cada vez llegarán a más gente y tendrán mayor influencia entre la población, lo que generará un caldo de cultivo sobre el derecho a estar informado que, por el tiempo, llegará a ser una demanda social. Serán los primeros pasos de un incipiente derecho a la información que tendrá sus antecedentes en tres textos legales que, a decir por del Hierro, están considerados como las primeras manifestaciones jurídico-formales de reconocimientos de la libertad de prensa:

- La Declaración de Derechos del Buen Pueblo de Virginia, de 12 de junio de 1776, cuyo artículo XII dice: “la libertad de prensa es uno de los grandes baluartes de la libertad y no puede ser restringida a no ser por gobiernos despóticos”.
- La Carta de Derechos de la Comisión de Estados Unidos, de 17 de septiembre de 1787, que en su primera enmienda recoge: “el Congreso no hará ley alguna por la que se limite la libertad de palabra o de prensa”.

- La Declaración de Derechos del Hombre y del Ciudadano, de 25 de agosto de 1789, en su artículo XI establece: “la libre comunicación de los pensamientos y de las opiniones es uno de los derechos más preciados del hombre; todo ciudadano puede, por tanto, hablar, escribir o imprimir libremente, salvo la responsabilidad que el abuso de esta libertad produzca en los casos determinados por la ley”.

A partir del siglo XX, y como consecuencia de los desequilibrios económicos y sociales de los años veinte generados por la Primera Guerra Mundial, se producirá una intervención directa de los Estados en los medios de comunicación. La prensa pasará de ser una actividad totalmente privada a estar sujeta a los criterios gubernamentales a través de la censura, las emisiones radiofónicas pasarán a ser un servicio controlado por los Estados, y también sucederá lo mismo con la incipiente televisión. “Los medios de comunicación son apetecidos, como instrumentos de propaganda, por todo el circuito del poder en todas las democracias constitucionales y son dominados, para ponerlos a su exclusivo servicio, en los regímenes totalitarios” (Farias, 1991: 340). Y no será hasta mediados de siglo, sobre todo tras la Segunda Guerra Mundial, cuando la reflexión democrática se proyecte sobre la comunicación social. “Entramos con ello en la etapa del derecho a la información, la más importante de la trama histórica del derecho a la comunicación” (*id.*: 340)²⁴.

Será pues a partir de 1948, con la Declaración Universal de los Derechos Humanos, cuando –en palabras de Desantes- la libertad informativa será el modo libre de ejercer el derecho a la información. Como apunta Soria, la información dejará de asentarse en el terreno arenoso de la libertad, para hacerlo en la roca del derecho. “En ese sentido, la libertad adquiere la

²⁴ Este autor prefiere utilizar el término comunicación porque así engloba tanto el derecho a la información como el de expresión. “El objeto de este derecho fue, inicialmente, el integrado por los pensamientos, las ideas y las opiniones (objeto de la libertad de expresión en sentido estricto). Posteriormente se incorporan las informaciones (objeto de la libertad de información en sentido estricto)” (Farias, 1991: 338-339).

legitimidad, la fuerza y el carácter natural del derecho a la información” (1991b: 344). Esa es la fuerza del artículo 19 de la DUDH, reconocer como derecho la libertad de opinión y de información.

2.3. Derecho a la información y derecho de la información

Como la información es un derecho humano, tal como hemos venido defendiendo en este mismo capítulo, ha de estar garantizado por el Derecho en toda su amplitud: tanto desde la estructura técnica que hace posible la transmisión de la información, como desde el aspecto humano, bien sea en calidad de emisor como de receptor del mensaje informativo. En el primer caso, su ámbito de aplicación será el derecho de la información; y, en el segundo, el derecho a la información. Ambos aspectos del derecho garantizan la información, aunque cada uno desde una perspectiva distinta.

La primera cuestión que cabría plantearse, por tanto, es en qué se diferencia un derecho del otro. Desantes (2004) nos explica que el “Derecho de la Información”, con mayúsculas, es la ciencia jurídica que estudia el ordenamiento informativo a partir del cual establecer los principios jurídicos para su correcta regulación. Es, por tanto, un derecho objetivo cuya misión es la ordenación de la actividad informativa, y que no habría que confundirlo con el derecho subjetivo del derecho a la información.

Por su parte, el “derecho a la información”, con minúsculas, es un derecho natural del ser humano tal como queda recogido en los tratados internacionales y, sobre todo, en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948²⁵. Este tipo de derecho surge como consecuencia al derecho que todo individuo tiene a investigar, recibir y difundir mensajes. Como derecho subjetivo que es, no obliga a la persona, sino que le permite poder ejercitar o no (el derecho a la información nunca obliga a que las

²⁵ En su artículo 19, tal como queda reflejado más arriba en este mismo capítulo

personas estén informadas, sino que les posibilita para que puedan estarlo cuando lo deseen).

Su diferencia estriba fundamentalmente en que, mientras el derecho de la información se centra en el estudio del conjunto comunicativo desde el punto de vista del Derecho (en cuanto que es un ámbito regulado por normas jurídicas), el objeto del derecho a la información es el de garantizar a la persona que pueda recibir y emitir información en libertad. Lo que determina que, en el núcleo del derecho de la información está el derecho a la información, por ser éste un derecho natural (Bel, Correidora y Cousido, 1992) Si el derecho a la información en las sociedades democráticas actuales “significa que en, aras a la participación, el Estado está obligado a informar y que los profesionales de la información tengan derecho a ser informados por el Estado”(id.: 65), también es obligación del propio Estado conferir cobertura jurídica capaz de ordenar la actividad de informar. Ambos derechos, por tanto, comparten el mismo fin, aunque su función les lleve por caminos distintos: garantizar que el proceso informativo se desarrolle, de principio a fin, acoplándose al desarrollo de las comunicaciones.

Como la información no es más que la *traducción de la realidad en palabras* (aunque hoy día sería más apropiado incluir también las imágenes) el derecho que garantiza la información es un acto de justicia, porque al investigar, difundir y recibir información se está dando aquello a lo que todos tienen derecho (Soria, 1991b)²⁶ En definitiva es el modo de decir derecho al mensaje, a la comunicación. Pero también es una forma de proteger al receptor a ser informado, y de obligar al informador a proporcionar la información con todas las garantías, tanto para él, a la hora de hacer su trabajo, como para los contenidos, que deben ser veraces (Desantes, 2004). Lo que viene a demostrar, tal como apunta Soria, que el derecho a la información es un

²⁶ Soria opina que las facultades jurídicas que se integran en el derecho a la información son básicamente tres: la facultad de investigar, difundir y recibir información. Y éstas se pueden ejercitar conjunta o separadamente.

derecho (derecho del ciudadano a la información) y un deber (el deber del periodista a informar).

Sin embargo, el derecho a la información también tiene un componente de libertad: “libertad de poder recibir información y libertad para poder transmitir o comunicar dicha información libremente recibida” que dirá Barroso (1991a: 208)²⁷. Pero también una libertad de protección frente a la quienes intenten prohibir el libre acceso a la información. Escobar lo define como “un derecho de libertad que protege a su titular de las intervenciones que prohíban, dificulten o castiguen a quien, por propia decisión, ha tomado la determinación de informarse a través de los medios de difusión” (2002: 49).

Como conclusión, podemos afirmar que el derecho a la información, como consecuencia de ser un derecho natural y un derecho subjetivo ejerce una doble función, el de ser un derecho que da libertad (libertad al ciudadano para poder estar informado) y a la vez da garantía (garantizar al ciudadano que pueda estar informado). Y esa garantía y libertad tiene como finalidad proteger la información por la función social que representa y porque la soberanía de la información recae exclusivamente en los ciudadanos.

2.3.1 Sujeto y objeto del derecho a la información

Dice Aguilera que “la libertad es intrínseca a una información libre, en libertad y para la libertad” (1990: 80). En el caso de la actividad informativa, la libertad es un requisito que tanto los profesionales, como el público y los mensajes deberían tener asegurada. Aunque en España el derecho a la información está protegido como un derecho fundamental²⁸, que lo reviste de una especial protección jurídica, no ocurre lo mismo en todos los lugares del mundo, desgraciadamente (incluso, en la propia Europa tenemos casos en que este derecho es sistemáticamente violado o negado).

²⁷ Barroso es más partidario de la denominación *derecho a la libertad de información*.

²⁸La Constitución Española los recoge en su Título I. De los derechos y deberes fundamentales (art. 20)

Para Desantes (1973) los sujetos del derecho a la información son todos los individuos, *solos o en su conjunto*. Es evidente, tal como venimos destacando en este trabajo, que si este derecho es un derecho humano y universal, el sujeto sea todo ser humano. Éste sería el sujeto genérico del derecho. Sin embargo, es conveniente recalcar con Bel, la figura del periodista como sujeto cualificado de la información, porque es él quien desarrolla fundamentalmente las dos facultades propias de la información: investigar y difundir. Sin embargo, a pesar de que el periodista es el sujeto profesional, también es parte integrante y activo del sujeto universal (el público), ya que en muchas ocasiones ejerce esa función como receptor de información. Desde ese punto de vista, nos dirá Bel, al periodista le corresponde el ejercicio de todos los derechos y deberes que configuran el derecho a la información de cualquier ciudadano. La diferencia que lo separa del sujeto universal (público) y lo convierte en sujeto profesional (periodista) será la cualificación profesional. (Bel, Correidora y Cousido, 1992).

Ahora bien, por muy profesional que sea y por muy cualificado que esté, el periodista no puede ser ni será nunca el dueño del objeto del derecho a la información. La información no es patrimonio exclusivo y excluyente de los periodistas ni de las empresas informativas, nos advierte Soria (1991b). Y eso significa que no puede guardarse para sí la información que obtenga fruto de su actividad profesional ni creerse en posesión de la titularidad de la misma²⁹. El periodista, y por extensión el medio de comunicación, sólo “cuentan con una delegación tácita de la sociedad que le permite, en nombre del público (sujeto del derecho) y de acuerdo con los intereses del mismo, decidir qué es lo que debe comunicar o lo que no debe comunicar” (Bel, Correidora y Cousido, 1992: 149-150). En la misma línea Suárez (1999) recuerda que “la

²⁹ Así lo recoge el Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística en su artículo 15: “Ni los editores o propietarios ni los periodistas deben considerarse dueños de la información. Desde la empresa informativa la información no debe ser tratada como una mercancía sino como un derecho fundamental de los ciudadanos. En consecuencia, ni la calidad de las informaciones u opiniones ni el sentido de las mismas deben estar mediatizadas por las exigencias de aumentar el número de lectores o de audiencia o en función del aumento de los ingresos por publicidad”-

Constitución Española establece la obligación de los periodistas y propietarios de medios de comunicación, de ofrecer una información auténtica y rigurosa. Ni unos ni otros pueden considerarse titulares del hecho informativo. Empresarios y periodistas pueden considerarse sólo los depositarios del mandato social tácito de desarrollar este derecho de los ciudadanos y su cumplimiento es, en consecuencia, su primer deber profesional” (p.133).

CAPÍTULO III

**EL PODER DE LA INFORMACIÓN Y SUS CONSECUENCIAS
PERVERSAS FRENTE A LA RESPONSABILIDAD ÉTICA**

3.1. La responsabilidad social de los medios de comunicación

Los medios de comunicación son empresas que tienen como objeto principal de su actividad informar, formar y entretener al público. Ésa es la definición clásica que desde siempre se le ha atribuido a los medios. En realidad son empresas mayoritariamente privadas, que ofrecen un producto, casi siempre gratuito, y dirigido a un público en su mayoría desconocido. Eso las convierte en empresas singulares porque, al contrario de lo que sucede con las demás que operan en el resto de los mercados, la informativa no tiene posibilidad de identificar nominalmente a sus clientes (a la audiencia) y, además, el bien que genera no lo cobra directamente a quien lo consume.

El hecho de que se dediquen a la compra-venta de información, posibilita la apertura de un mercado de noticias cuya principal mercancía es la información. Y como cualquier otra empresa que opera bajo la economía de libre mercado, están obligadas a cumplir las mismas funciones que el resto; es decir, ser competitiva, lanzar productos de calidad, aumentar la profesionalidad de sus empleados, generar beneficios y asegurarse la permanencia en el mercado. Sin embargo, a diferencia del resto de empresas, por la función social de su propia actividad, los medios de comunicación están reconocidos por la UNESCO como un *bien social*. Eso obliga a los Estados a garantizar la actividad informativa a sus ciudadanos y la presencia de empresas de comunicación al ser considerado un servicio público esencial para la sociedad (Suárez: 1999).

Los medios de comunicación tienen, pues, una situación ambivalente: como tarea pública y como negocio; así como un doble rol: el bien cultural y

el bien económico (Conill, 2004b). En términos similares se pronuncia Hanlin cuando dice que la prensa³⁰ “tiene una función doble que llevar a cabo, como institución pública y como industria privada” (*cit.* en Aznar, 2011: 73). Lo cual significa que su función será la de establecer un equilibrio entre la racionalidad económica y el bien social que generan. Una dualidad no exenta de conflictos internos, dadas las tensiones que producen las expectativas del beneficio económico, por un lado, y el objeto social de su actividad, por otro. A ello, contribuye de manera directa la capacidad de los medios por conformar la esfera pública y su estrecha relación con el Estado y el mercado, el poder político y el económico. Una situación llena de riesgos, porque, como advierte Díaz Nosty, “cuando los medios periodísticos se alejan del marco de las libertades públicas y reducen su razón de ser a la condición exclusiva de negocio, la compra y la venta, el silencio y la tropelía forman parte del juego” (2014: 8). En ese caso lo que se produce es un alejamiento de los medios de su verdadera función social para anteponer los *bienes externos* a los *bienes internos*. Pues, como recuerda Aznar, “los medios acaban convirtiéndose ellos mismos en un poder” (1999: 31).

Si para Montesquieu la garantía para el buen funcionamiento de la democracia radicaba en la separación de poderes –cuestión que seguimos conservando como la mejor manera de nivelar los excesos políticos–, la influencia de la prensa llegó a bautizarse como *el cuarto poder*³¹, en alusión al importante papel que, tanto entonces como ahora, ejercen los medios de comunicación en las sociedades democráticas. Para Soria la metáfora de cuarto poder tiene un doble significado: “es un poder para quien controla la información; y un poder de ejercer un cierto control sobre los tres poderes clásicos del Estado” (1991a: 22). Lo que significa poner en vigor el viejo adagio *la información es poder*.

³⁰ Aunque el autor habla de la prensa, actualmente podemos hacerlo extensivo al resto de medios de comunicación.

³¹ Esta expresión Soria se la atribuye a Edmun Burke, político francés del siglo XVIII (Soria, 1991a: 21).

3.1.1 La desvirtuación de la actividad informativa

La universalidad de la información, así como el hecho de que ésta sea un derecho reconocido universalmente, ha hecho posible que detrás de los medios de comunicación se haya creado una nueva realidad no sólo técnica, también social. Esta situación ha sido descrita por McLuhan de la siguiente manera:

A causa de los medios de comunicación social está naciendo un nuevo tipo de hombre y de sociedad. Ellos [los medios] introducen cada día con más fuerza un nuevo tipo de civilización” (en Barroso, 1991b: 561).

Sin embargo, si los medios de comunicación nacieron con el fin de hacer posible la libertad de informar y recibir información, con el afán de sentar las bases del uso público de la razón, con el tiempo, “al convertirse sus productos en objeto codiciado por el poder político y económico, fueron cambiando el empeño de informar por el empeño de controlar las preferencias de los individuos y en orientar sus elecciones” (Cortina, 2004b: 11). Lo que demuestra que la transformación que han sufrido los medios en los últimos años del siglo XX ha venido precedido por el interés despertado en otros poderes de la sociedad (Aznar, 2011).

Sería vano negar la interrelación que existe entre el poder de los medios (también llamado mediático), el poder político y el económico. Hoy en día, el mediático y el político forman una simbiosis coronada por el poder económico, a modo de abrazadera, de tal forma que hace prácticamente imposible disociarlos. Existen variedad de ejemplos, sólo tenemos que echar una vista para darnos cuenta de las concentraciones monopolísticas de los grandes grupos *mass-medias*, de cómo se sitúan los medios en función de las diversas posturas ideológicas o las cada vez más estrechas y numerosas relaciones de las empresas de comunicación y el poder político-financiero. Y fruto de esa simbiosis antinatural, se producen dos consecuencias muy negativas: la debilidad democrática del sistema y la crisis de credibilidad de los

medios. Porque, de la misma manera que no se entiende el periodismo si no es en democracia, tampoco puede entenderse la democracia sin un periodismo libre e independiente (Díaz Nosty, 2014).

Es curioso que, en un sector como el de la comunicación, donde precisamente las empresas no se caracterizan por su rentabilidad económica, despierte el interés de tantas personas vinculadas al ámbito político y/o económico. Atrás quedaron las tradicionales familias que generación tras generación mantenían periódicos, semanarios, cadenas de radio o de televisión (ésta última sobre todo en EE.UU.) Los consejos de administración hace años que fueron sustituidos por personas venidas de otras actividades, la mayoría procedentes del sector financiero (Vidal Beneyto, 2002). Los nuevos propietarios son ahora magnates que acumulan diferentes medios de comunicación con el fin de copar todo el espectro mediático (del Hierro, 1991). Poco importa si las empresas que adquieren -a veces por desorbitadas cifras- dan beneficios o no. Porque lo que realmente les interesa no es el dinero que van a obtener por la cuenta de explotación en sí, sino los otros beneficios que la influencia de sus sociedades les va a reportar. Es lo que Ruiz denomina los *asedios a la información*, que no son más que la sustitución de los criterios y valores propios de la información y la comunicación, por los criterios de mercado (lucrar) y de interés estratégico (influir). Los *asedios*, pues, desplazan los criterios periodísticos por otros espurios, lo que significa “la mayor transgresión ética en la información” (2003: 151).

Así se entiende que personajes como Berlusconi o Mario Conde, por citar sólo dos ejemplos sonados, decidieran apostar por un sector que poco o nada conocían, pero que al despertarse en ambos el interés por la política no dudaron en poner grandes sumas de dinero y adquirir medios que les sirvieran de plataforma. O también el caso contrario, es decir, personas como Polanco que, sin querer estar en primera línea, dirigía desde su despacho partidos políticos y gobiernos a través del poder que le daban sus medios de

comunicación (Herrero: 2008). Y así, la nómina podríamos hacerla todo lo extensa que quisiéramos porque ejemplos hay de sobra y de todos los colores.

Las razones de la expansión de esta influencia y sus consecuencias Aznar las sitúa tanto en el éxito del neoliberalismo como en la globalización del mercado capitalista:

La entrada de importantes capitales inversores en la comunicación, la aparición de nuevas tecnologías y las oportunidades de negocio asociadas a ellos, la formación y toma de posiciones de los grandes grupos multimedia, etc., ha llevado a un incremento de las presiones competitivas y a la búsqueda de la rentabilidad a corto plazo que ha hecho saltar muchas barreras éticas (Aznar, 2011: 75).

Así se explica cómo los criterios de algunos medios, principalmente periódicos de principios del siglo XX, que apostaron por la independencia empresarial, la calidad de las informaciones y la profesionalidad de los periodistas (Cabrera, 1994), hayan sido sustituidos por otros que cambian radicalmente el sentido del trabajo y de la empresa. Y por esa razón “en lugar de ser un espacio dedicado a la información, el esclarecimiento o el debate público, los medios se convierten en supermercados del entretenimiento, del horror, del estereotipo o de la banalidad” (Rivière, 2003: 119). En términos parecidos se manifiesta Vargas Llosa al denunciar que el avance de la tecnología y de los medios de comunicación, que sirve para contrarrestar los sistemas de censura y control de las sociedades autoritarias, “debería haber perfeccionado la democracia e incentivado la participación en la vida pública. Pero ha tenido más bien el efecto contrario, porque la función crítica del periodismo se ha visto en muchos casos distorsionada por la frivolidad y el hambre de diversión de la cultura imperante” (2012: 134).

3.1.2 La información como poder

Siempre se ha dicho que la información es poder, y no le falta razón a esta máxima. Es poder porque permite llegar al núcleo central de la sociedad,

porque proporciona prestigio ante la opinión pública, porque da ventaja sobre los competidores. Es poder porque, ante una sociedad de la información como la nuestra, lo que no aparece en los medios es como si no existiera. Los medios son quienes hacen posible una realidad informativa que, al final, confundimos como si fuera la única realidad, porque ellos tienen capacidad de crear realidad y conciencia (Ruiz: 2003). Y, por eso, también se dice que quien controla los medios controla el poder, porque, al fin y al cabo, desde los medios se tiene la posibilidad de influir en las sociedades. ¿Por qué, si no, los medios se convierten en objeto codiciado por el poder político y económico? La pregunta se responde sola: porque la información es poder. Un poder que deviene del secreto mismo de la información, tal como precisa Valbuena al considerar que cuando “la información es conocida por un gran número de personas pierde su potencial de impulsar o impedir” (1991: 785). En definitiva, pierde su poder de influencia en la sociedad. Y ese poder es el que despierta en muchas personas ambiciosas el interés por las empresas de comunicación.

Otras veces, ese poder de los medios se disfraza de servidumbre para ponerse a disposición del poder político (obviamente, a cambio de una contrapartida para el propio medio) mediante la apuesta por una opción política. De la misma forma que en la Grecia antigua no se entendía a un orador sin el ágora donde dirigirse a su auditorio, tampoco se entiende actualmente a un líder sin su cobertura mediática correspondiente. Los medios son los altavoces del político que le hacen llegar al gran público, son las herramientas indispensables para promocionarse ante los ciudadanos en una especie de colaboración mutua. Es la ley, no escrita, de *la visibilidad compulsiva*; esto es, en palabras de Ruiz, la dependencia del sistema político del sistema mediático. Una dependencia motivada porque “los políticos necesitan a los medios de comunicación para llegar al público votante” (2003: 146). Para ello, siempre debe haber una especial sintonía entre el medio y aquella opción

política a quien decide apoyar. Es una demostración, por decirlo con Cortina, siguiendo una expresión de Ignacio Sotelo, de la *partidización* (2006: 15) a la que se somete a la sociedad a través de los medios de comunicación.

Dos claros ejemplos de esa *partidización* en España tienen como protagonistas al PP y al PSOE. En el primer caso, desde el punto de vista de la efectividad comunicativa fue muy acertada la famosa frase de José María Aznar, en los últimos años de mandato del PSOE, con aquel *Váyase señor González*, que dicho sea de paso, salió del último discurso del debate sobre el Estado de la Nación y que, curiosamente, tan sólo se nombra una única vez casi al final del mismo (Rodríguez Bajón, 2010). Nunca una frase que estaba condenada a pasar desapercibida fue tan rentable, gracias a la colaboración del periódico *El Mundo*, quien la recogió y fue portada del día siguiente junto a un Aznar erguido, seguro de sí mismo, en la tribuna de las Cortes. La colaboración del medio fue vital para la repercusión del mensaje y del político.

En sentido contrario, destaca la campaña mediática que protagonizó el PSOE junto a los medios del grupo Prisa. *España no se merece un gobierno que nos mienta*, en referencia a las informaciones que el gobierno del PP estaba dando sobre los atentados del 11 de marzo, se convirtió en un claro ejemplo de esa colaboración. Tanto la Cadena SER como *El País* secundaron los mensajes que desde la calle Ferraz se estaban elaborando y cuyo resultado provocó un cambio de gobierno (Jiménez Losantos, 2006 y 2011).

Considerar la información como un poder en lugar de como un derecho, tal como defiende Soria, trae estas consecuencias. Y por eso no es extraño que propietarios y periodistas sientan la tentación de utilizar sus medios de comunicación como “plataformas para su notoriedad o la defensa de sus intereses particulares” (1991a: 23). De ahí, que la colaboración entre el poder mediático y el político derive hacia una especie de sociedad encubierta donde cada líder o partido tendrá sus propios medios afines para hacer causa común en la defensa de sus propios intereses. Es sabido que políticos y

periodistas comparten la finalidad de servir a la ciudadanía, pero, sin embargo, cuando reducen tanto la distancia necesaria para que el modelo funcione se produce una alteración de los papeles. Así, política mediática y periodismo partidista no son más que términos que identifican formas viciadas de una relación de límites (Molina, 2011). Cuando eso se produce, cuando las empresas de los medios dejan de cumplir con su función para adoptar otras que no les corresponden, “seguir denominando medios de comunicación a quienes sin las características del periodismo se sigan llamando empresas informativas, será un fraude a las garantías exigibles por los ciudadanos desde su derecho constitucional y fundamental a la información” (Núñez Encabo, 2011: 24).

3.1.3 Del interés general al interés de los medios

Villanueva plantea que el papel de los medios en los procesos de formación de la opinión pública ha puesto de relieve la necesidad de vincular el quehacer mediático a las necesidades sociales. Ahora bien, como la decisión sobre qué informar depende de los profesionales de la información, dicha potestad debe estar sujeta a criterios estrictamente profesionales (éticos) y de responsabilidad social, porque de lo contrario la función de los medios no coincidirá con las necesidades reales de la sociedad. Ser periodista, nos recuerda el autor, -y aquí se incluye tanto a informadores como a propietarios- no es tanto un derecho como una responsabilidad, “ser periodista implica un compromiso con el interés público y con el bien común” (2001: 22). En la misma línea se sitúa Aguilera, quien plantea que los medios de comunicación son un reflejo de la sociedad como consecuencia de la relación existente entre los sistemas informativos y los sistemas sociales. Para él los informativos vienen determinados por los sistemas sociales en los que funcionan. Por eso, es imprescindible que “la propiedad de los medios deba concebirse como un servicio público y no como un privilegio” (1990: 38).

Sin embargo, cuando las empresas que forman los sistemas informativos (los medios de comunicación) varían la función encomendada por la sociedad y la sustituyen por otras más interesadas (por ejemplo la económica) la idea de que los medios están al servicio de la sociedad desaparece. No hay que olvidar que los medios, nos vendrá a decir Lipovestsky, cuando carecen de *moral* (responsabilidad) sólo tienen como objetivo “que se hable de ellos, que se venda su mercancía, que aumente su tasa de audiencia por todos los medios” (1996: 231). Por tanto, de nada servirá guiarnos por los contenidos de los medios de comunicación para entender mejor los sistemas sociales si estos no ejercen fielmente y con profesionalidad la función social encomendada. Porque, en ese caso, lo que se produce es la sustitución del interés general por el interés de los medios.

Por otro lado, determinar el interés público no es tarea fácil, reconoce Camps. El interés público está lejos de ser la suma de los intereses fácticos mayoritarios, que no dejarían de ser más que intereses políticos o económicos. Tampoco es la suma de intereses compartidos por un amplio número de personas, como es el caso de las aficiones deportivas o lúdicas. “El interés público consiste en aquello que debería ser de interés de todos, aquellos asuntos que dan la clave de la buena información o de la información de calidad” (2004b: 37), algo que no siempre coincide con lo que aparece en los medios.

Por eso, es conveniente no caer en el error de creer que todo lo que aparece en los medios obedece a razones de interés general. En muchas ocasiones, las razones son de índole particular que aprovechan las ventajas de su hegemonía para conseguir fines propios. Hay que tener en cuenta, nos dice Suárez, que en la actividad periodística “se aduce como su origen causal el servicio al interés general de la sociedad, sobre la base del cual se concede la primacía a la información sobre otros derechos” (1999: 20), lo que significa que los medios cuentan con unas atribuciones para poder ejercer su función

social que no disponen el resto de empresas. Su mal uso, además de ser una inmoralidad, es una traición a la propia sociedad. Por decirlo con MacIntyre (2001), cuando el bien externo sustituye al bien interno, la actividad se corrompe y pierde la legitimación social.

3.1.4 La influencia de la opinión publicada

La importancia que los medios de comunicación han adquirido en las sociedades modernas, cada vez más influenciadas por el poder de sus contenidos, las ha convertido en sociedades mediáticas. Actualmente no podemos entender la vida sin los medios. Su poder e influencia condiciona el quehacer diario de millones de personas. Su presencia se deja sentir en todos los ámbitos de la esfera pública de nuestras sociedades hasta el punto de que “todas las actividades sociales tienen que adaptarse una y otra vez a las exigencias y los cambios planteados por la influencia de los medios” (Aznar, 2000: 139-140). En un estado ideal, son los encargados de formar a los individuos en los asuntos de interés público. Sin embargo, con frecuencia solemos ver ejemplos que nos demuestran cosa distinta. Según Camps, los medios de comunicación no reflejan la opinión pública (como sería deseable), sino que la construyen a través de la opinión publicada. Por eso, la autora es clara al afirmar que “si los medios de comunicación son un vehículo para la propaganda y no para la información, celebrar su existencia como ágora en la que puede formarse la opinión pública es pura ilusión” (2004b: 45).

Juan Carlos Suárez nos dice que la opinión publicada no es toda la opinión pública, pero ayuda a crearla y consolidarla a través de las informaciones y las opiniones, “siendo de hecho una de sus tareas en las sociedades democráticas” (1999: 43). En cambio, en la mayoría de las ocasiones, esa tarea democrática a la que Suárez alude no suele cumplirse por parte de los medios porque tienden a suplantarla. Ruiz, en cambio, es más crítico. Para él, la opinión publicada vendría a sustituir el gobierno de la

opinión por el gobierno de los medios de comunicación, lo que significaría un verdadero peligro porque “las implicaciones políticas que de ello se derivaran cuestionarían nada menos que los fundamentos de la democracia occidental” (2003: 66). Si la opinión publicada no es más que la opinión de los medios, ésta no puede coincidir exactamente con la opinión pública desde el momento en que la opinión pública trasciende lo publicado y se expresa mediante distintas fórmulas: “en unas elecciones, en manifestaciones públicas, en declaraciones de la sociedad civil... (Camps, 2004b: 45).

Tampoco la opinión publicada coincide siempre con la realidad social y por eso, en muchas ocasiones, nos intentan convencer de lo contrario a través de estrategias que suelen utilizar los medios para adaptar la realidad a la opinión publicada³². Sin embargo, aunque pueda parecer una empresa muy difícil de conseguir, la realidad es más fácil de lo que parece, sobre todo si tenemos en cuenta que, como destaca Arroyo “la opinión pública no tiene nada de caprichosa ni impulsiva. Cambia cuando van variando las condiciones en que vive y la información que se le proporciona. Responde de manera comprensible, previsible y lógica a los eventos y a las informaciones” (2012: 313) Por tanto, sólo con que los medios vayan variando esas condiciones a través de los contenidos que nos ofrecen, la opinión pública también lo hará en la misma dirección, lo cual demuestra la gran capacidad de los medios para modificar la realidad y la percepción social de los ciudadanos³³.

Si tal como dice Desantes, el fin de informar es por axioma siempre bueno, “pero lo han de ser también los medios activos que al buen fin llevan” (2004: 78), no es menos cierto que si fallan quienes tienen la responsabilidad de ejercer con profesionalidad su cometido, los medios dejarán de ser los

³² Entre las estrategias que utilizan está la archifamosa de Goebbels: *una mentira mil veces repetida hasta convertirse en verdad*.

³³ Son significativas, al respecto, las estrategias que se elaboran a través de imágenes metafóricas para influir en la sociedad y cambiar la percepción de ésta. Recogidas en Lakoff (2007).

conformadores de la opinión pública y sus portavoces³⁴. Pero además, si la finalidad de la información y de la empresa informativa es formar al hombre en su dimensión social para hacer comunidad, como dice Soria, y, por el contrario, los medios están más preocupados de sus *bienes externos* que de los *internos*, carece de sentido seguir pensando que “la estabilidad del sistema democrático requiera un determinado nivel de confianza del público en sus medios informativos” (1991a: 86), puesto que estos al dejar de cumplir con su finalidad social y democrática, en la sociedad “cada vez crece más la sensación de que los medios utilizan su influencia y su poder con vistas únicamente a su propio beneficio o el de sus propietarios” (Aznar, 2000: 141).

La única posibilidad que tenemos para evitar los riesgos que llevan aparejados la mala utilización de los medios, y siendo que los informadores y las empresas informativas actúan en virtud de un mandato general, social y tácito del público, tal como defiende Soria, es preciso recuperar el sentido ético del ejercicio de la profesión, no sólo en cuanto atañe al periodista, también a los empresarios; en definitiva, una ética que abarque todo el proceso de la actividad de los medios de comunicación:

De la ética que debe hablarse es de la ética de la empresa informativa, no ya simplemente de la ética de los periodistas. La ética no es sólo para los periodistas, sino también para los empresarios. Ni debe haber contradicción entre las exigencias éticas de los propietarios, editores y periodistas. La ética que se postula es, en definitiva, la ética de la empresa informativa, es decir, la de todas y cada una de las personas que la integran (Soria, 1991a: 95-96).

3.2. La actuación de los medios: riesgos y consecuencias

Camps señala que para construir y mantener una verdadera opinión pública libre se hace necesario, antes que nada, proteger y garantizar el libre ejercicio de la información. “En los Estados democráticos las sociedades de la

³⁴ Para Desantes “los medios de información son, por una parte, conformadores de la opinión pública y, por otra, portavoces de la misma opinión pública en cuanto tienen que reflejar el estado de esa opinión” (1973: 91).

información se asientan sobre dos derechos básicos: el de expresarse libremente y el de poder informarse de lo que pasa en el mundo” (2004b: 33). Son dos derechos imprescindibles que no pueden faltar en una sociedad libre porque garantizan el trabajo y la actividad que desarrollan los medios de comunicación. Así lo previó la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 al recogerlo en su artículo 19. En España, ambos derechos están reconocidos en la Constitución (art. 20.1)³⁵ con una especial protección que los legisladores constitucionales quisieron destacar al ser considerados derechos fundamentales.

La importancia de estos derechos viene determinada por el grado de garantía y de seguridad jurídica que requiere la labor de los medios de comunicación. Protegiendo estos derechos se protege la actividad que desarrollan los medios y promueve la aparición de empresas y contenidos informativos. Es decir, facilita la pluralidad de unas y de otros (Suárez, 1999).

Sin embargo, la existencia de un gran número de medios de comunicación no siempre es sinónimo de mayor pluralidad empresarial (Glasser, 2002)³⁶. En la actualidad se explica por dos motivos fundamentales: porque pertenecen a un reducido grupo de empresas que aglutinan a la práctica totalidad de los medios tradicionales (prensa, radio y televisión); y porque son empresas multimedia que controlan múltiples medios en distintos soportes y canales. De ahí que, aunque existan muchas emisoras de radio en el dial, podamos sintonizar multitud de televisiones en los TDT, o los quioscos exhiban un buen número de rotativos de prensa, la realidad es que la gran mayoría son propiedad de unos pocos grupos empresariales de radio, prensa y

³⁵ Constitución Española: art. 20.1: Se reconocen y protegen los derechos:

a) A expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción. b) A la producción y creación literaria, artística, científica y técnica. c) A la libertad de cátedra. d) 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 esas libertades.

³⁶ Para Glasser, “aunque la economía de libre mercado mantiene que el monopolio crea uniformidad y la competencia produce diversidad, en el caso del periodismo la competencia homogeneiza cuando se produce entre periodistas o periódicos sometidos a idénticas presiones y encuestas de opinión (...) Cuanto más competitivo sea el mercado, más parecidos serán los productos que compiten” (Glasser, 2002: 292-293).

televisión, conocidos como grupos multimedia. Y lo mismo sucede con la pluralidad de los contenidos informativos (Humanes y Montero, 2013). Si repasamos las noticias que aparecen diariamente en los medios, nos damos cuenta de que los temas se repiten y que lejos de disponer de unos medios plurales a nuestro alcance, lo que tenemos son bloques estandarizados de noticias, si acaso con puntos de vista distintos, pero idénticos en todos los medios. La agenda informativa es similar en todos ellos.

Queda claro, por tanto, que la forma de actuar de los medios merma la verdadera oferta y también la pluralidad, estandariza la información, reduce el número de empresas independientes y, en consecuencia, disminuye la capacidad para crear una verdadera opinión pública libre de las influencias de los poderes públicos y económicos (Ruiz, 2003). Pero también tiene unos efectos cada vez más perniciosos derivados del avance de la oligopolización de las empresas mediáticas. Esta tendencia se excusa en que los costes tecnológicos son tan elevados que se hace necesaria la creación de grandes grupos empresariales capaces de afrontar las elevadas inversiones requeridas. “Todo ello restringe enormemente la libertad de entrada en el mercado de la comunicación, favoreciendo a los grupos ya establecidos y dificultando nuevas incorporaciones. El resultado es un mapa nacional e internacional de la comunicación cada vez más controlado por unas cuantas grandes empresas y grupos multimedia” (Aznar, 2011:92). Lo que significa que cada vez son menos pero con mayor poder.

3.2.1. Los peligros de la concentración de medios

Uno de los peligros que acechan a las sociedades modernas (sociedades de la comunicación) es la concentración monopolística del sector mediático, máxime si además están detrás el poder político y el económico. Una concentración de los medios no es más que reducir la pluralidad, entorpecer el acceso de los ciudadanos, banalizar los contenidos y convertir los públicos en

masa (Cortina, 2004b). Es decir, restringir las libertades de los ciudadanos y convertir la opinión del público (razonante, deliberativa, crítica) en opinión publicada (donde nuestra percepción de la realidad se reduce a lo que nos muestran esos medios y lo demás no existe).

La concentración monopolística de los medios de comunicación, con las grandes corporaciones internacionales y los avances tecnológicos que diariamente nos ofrecen las nuevas tecnologías, supone aceptar unos riesgos importantes para las sociedades actuales por cuanto concentra mucha cuota de audiencia al tiempo que reduce la pluralidad informativa (Aznar, 2000). Otra característica es la búsqueda de rentabilidad económica a costa de la disminución de costes. Por eso, es fácil observar cómo se han reducido las corresponsalías y los recursos humanos, cómo ha empeorado la calidad del material informativo y cómo se ha acotado el ámbito geográfico de las noticias (Jiménez, 2012 y *Periodistas*, nº 30, otoño 2012³⁷).

El número de agencias de noticias internacionales ha disminuido drásticamente en las últimas décadas y las pocas que quedan – no más de una decena- pertenecen a importantes grupos de comunicación. Actualmente, las grandes agencias: Reuters (Reino Unido), France-Press (Francia), Associated Press (EE.UU.), Deutsche Presse-Agentur (Alemania), Efe (España) y Ansa (Italia) son las que determinan y condicionan la información que el resto de medios difundirán. Eso explica por qué los contenidos tienden a la estandarización y por qué se informa de unas zonas del mundo y no de otras (Sahagún, 2013 y VV.AA, 2010). Porque son ellas, todas occidentales (Europa y EE.UU.), las que deciden qué es noticia y, también, qué parte del mundo existe y cuál no (Gozálvez y Lozano, 2004).

Por otro lado, la concentración también afecta y de forma directa a los periodistas. Bien es sabido que los profesionales de la información necesitan tener autonomía para poder ejercer su labor con independencia. La base

³⁷ En este número de la revista *Periodistas* podemos encontrar, bajo el título “Corresponsales: una especie en extinción” una serie de artículos y reportajes sobre la problemática actual de los corresponsales.

esencial del informador es no tener presiones ni condicionantes que le impidan desarrollar su trabajo de manera imparcial, no tener que rendir más cuentas que a su propia audiencia y conciencia, y no estar sometido más que a la propia verdad de los hechos (Camps, 2004b). Pero no siempre es así. La presión que se ejerce desde los medios para marcar la línea política (que no editorial) se deja notar en quienes tienen la obligación de relatar la información. La consigna es clara: apoyar la opción política por la que ha apostado la empresa y tomar partido en esa dirección. La connivencia con el poder político provoca que “en mayor o menor intensidad, los medios se sitúen, en función de su afinidad o antagonismo, en órbitas alrededor del partido que gobierna o de los que se encuentran en la oposición” (Ruiz, 2003: 146). Lo que condicionará claramente el trabajo del periodista.

Por desgracia, muchos redactores aprenden a convivir con esa carga laboral (Maciá y Herrera, 2010: 97) y antes de crearse problemas con sus jefes deciden autocensurarse, que es la peor de las censuras. El profesional opta por sacrificar una parte importante de su autonomía con el objeto de seguir manteniendo su empleo³⁸. Es un fenómeno más común de lo que se piensa, que sucede en la mayoría de las redacciones y que los periodistas, tanto redactores como jefes, aceptan por *necesidades del guión*. Es una carga que pocos reconocen en público, seguramente por no despertar recelos en los empresarios. Ésa es otra de las consecuencias, de los peligros, que conlleva la concentración de medios. Se limita la capacidad de maniobra de los periodistas, se coarta su libertad y se aniquila la autonomía necesaria para ejercer la profesión con honestidad.

Con este panorama, el efecto que se consigue es que aumente el desprestigio social de los medios, mientras que el grado de confianza de los periodistas baje en la misma proporción. Al final las audiencias se dan cuenta y “empiezan a sospechar, con buenos motivos para ello, que son objeto de

³⁸ Éste es un claro ejemplo de control de la información a través de lo que Soria denomina *medidas blandas*, que son en apariencia formas suaves de control, pero no menos eficaces (Soria, 1991a).

desinformaciones, informaciones contradictorias o sesgadas, canalizaciones, manipulaciones y despropósitos al dictamen último de lo rentable, carentes en ocasiones de escrúpulos, o en todo caso domesticados en su respeto servil a directrices que le son impuestas desde fuera” (Gozálvez y Lozano, 2004: 56).

3.2.2. La concentración de medios en España

En el caso de España, más de la mitad de los medios de comunicación tradicionales están en manos de cuatro grupos empresariales: Planeta, Prisa, Vocento y Mediaset.

- Planeta es dueño de la mayor editorial en español, del periódico *La Razón* y de Atres Media, que engloba Antena 3TV, La Sexta, Neox, Nova, Notro, Xplora, La Sexta3, Todocine y Gol TV; y las cadenas radiofónicas Onda Cero, Europa FM y Melodía FM (antigua Onda Melodía)³⁹
- Prisa es propietario de la editorial Santillana, los periódicos *El País*, *Cinco Días* y *As*; las radios Cadena Ser, 40 Principales, M80 Radio, Cadena Dial, Raiolé, Máxima y Ke buena; y las televisiones Canal Plus y 40 TV.⁴⁰
- Vocento controla la mayor red de prensa en España con 13 cabeceras: *ABC*, *El Correo*, *Las Provincias*, *El Diario Vasco*, *El Diario Montañés*, *La Verdad*, *Ideal*, *Hoy*, *El Norte de Castilla*, *Sur*, *La Rioja*, *El Comercio* y *La Voz de Cádiz*; la agencia de noticias Colpisa; y Net TV (hasta hace pocos meses también era propietario de la desaparecida Punto Radio)⁴¹

³⁹ Consulta realizada el 28 de mayo de 2014 en www.planeta.es

⁴⁰ Consulta realizada el 28 de mayo de 2014 en www.prisa.com

⁴¹ Consulta realizada el 28 de mayo de 2014 en www.vocento.com

- Mediaset lo forman las televisiones Telecinco, Cuatro, FDF, Divinity, Boing y Energy⁴²

Aznar es muy claro sobre las consecuencias que conllevan estos nuevos modelos de negocio en el sector: “el número de propietarios de medios y la pluralidad informativa se ha reducido y la dificultad de entrada en el mercado de medios ha crecido, quedando cada vez más en manos exclusivamente de grandes inversores y grupos multimedia” (2000: 155)

3.3. Necesidad de una ética de la comunicación

En la actualidad podemos afirmar, siguiendo a Aznar, que los medios plantean una situación de reto. Porque por una parte, “disfrutan de un margen de libertad amplio, conquistado contra cualquier forma de injerencia y control externos; pero de otra, ellos mismos se han hecho poderosos, haciendo uso en demasiadas ocasiones de esa libertad tan solo en beneficio de unos pocos”, por tanto, es “necesario avanzar ahora en cuanto a su uso responsable” (2000: 145-146). Y la mejor manera de hacerlo es por el camino de la ética, porque, tal como dice Suárez, “la ética lleva a la credibilidad” (1999: 52) que es la principal virtud de todo informador y medio de comunicación.

Para Desantes el informador ha de ser prudente en el obrar, que es tanto como hacer su trabajo éticamente, porque sólo de esta manera podrá preservar su “actividad de toda impureza en su conducta profesional y personal. Si no lo hace así, podrá conseguir un mensaje pero con raíces podridas (...) mediante la corrupción profesional” (2004: 77). El periodista, según Barroso, tiene la obligación de decir la verdad y en ello “se incluye también la información correcta, exacta, no falsa, honesta, imparcial, neutral, con actitud crítica hacia las fuentes de información, derecho de corrección, la mentira, la mendacidad o hábito de mentir”. Porque si al periodista le

⁴² Consulta realizada el 28 de mayo de 2014 en www.mediaset.es

acompañan unos derechos para poder hacer bien su trabajo, también tiene “unos deberes que le impone la ética” (1991b: 565). Y en este sentido, es conveniente recordar que, tal como dice el artículo 15 del Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística⁴³, “Ni los editores o propietarios ni los periodistas deben considerarse dueños de la información”.

Por otro lado, según defiende Conill (2004a), cuando una actividad profesional se desvirtúa viene motivada, principalmente, por el mal obrar, la mala praxis, que sus responsables hacen de ella. La desvirtuación de la actividad no es más que la consecuencia de haber perdido el fin social que toda organización empresarial tiene adquirida: un producto que vender, un servicio que prestar. En el caso de la actividad de los medios, si se pierde la función social, se ponen en riesgo los derechos democráticos de la sociedad (Ruiz, 2003). No hay que olvidar, que las democracias se asientan sobre los pilares de la libertad y para ello es determinante que la ciudadanía esté instruida para poderse comportar como tal y no como súbdita (Desantes, 1973). Esa instrucción básica y permanente exige de “una información previa que forme y promueva la participación en las decisiones” (*id.*: 66)

Si, como hemos explicado anteriormente, en la actualidad no se entiende un Estado democrático que no reconozca el derecho a la información y la libertad de expresión, que en caso español la Constitución de 1978 los blindo con la prohibición expresa de la censura previa o el secuestro administrativo de los contenidos⁴⁴, tampoco se debería entender que quienes tienen la responsabilidad de informar no lo hagan con criterios profesionales; esto es, con criterios éticos. Si nuestro ordenamiento jurídico convierte a los periodistas en guardianes de ambos derechos (Camps, 2004b), y para ello la C.E. protege el secreto profesional de sus fuentes, tanto ante la empresa como de los poderes públicos, y los únicos límites son los referentes al derecho al

⁴³ El Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística lo aprobó el Consejo de Europa el 1 de julio de 1993

⁴⁴ Constitución Española, artículos 20.2 y 20.5

honor, la intimidad y la propia imagen, además de la especial protección de la infancia y la juventud⁴⁵, para garantizar que los ciudadanos reciban una información independiente y veraz, los periodistas precisan de conductas éticas (Suárez, 1999).

Es preciso resaltar que el derecho a la información y la libertad de expresión son dos derechos complementarios que dan como resultado el derecho a la actividad informativa. En opinión de Villanueva, ambos derechos, aunque distintos, están correlacionados, porque “mientras las libertades de expresión e información son medios, el derecho a la información es el fin” (2001: 21). A juicio de Ruiz, lo único que distingue un derecho de otro es “el compromiso con la verdad” (2006: 50) puesto que la libertad de expresión lleva aparejada la opinión personal y la información debe ceñirse a datos veraces. Y desde un punto de vista más jurídico, Farias (1991) subraya que ambos derechos tienen reconocidos un haz de facultades cuyo desarrollo impone al Estado una serie de obligaciones cuyo objetivo es garantizar la autonomía de los diversos sujetos de la comunicación social y facilitar el derecho del público a recibir informaciones, ideas y opiniones.

Sin embargo, si, como hemos visto, el ordenamiento constitucional prevé y protege mediante el desarrollo de leyes el libre ejercicio a expresar y recibir información, a que se garantice la labor informativa y el buen ejercicio del periodismo ¿cómo es posible que exista tanta desconfianza respecto a la labor desarrollada por los medios de comunicación? Sencillamente porque las normas jurídicas son necesarias pero insuficientes cuando hablamos de información y por eso es preciso complementarlo con la ética profesional. A decir de Camps, “la ética de la comunicación no es más que el intento de organizar las libertades y poner límites allí donde deba haberlos” (en Aznar, 1999: 15).

⁴⁵ Constitución Española, artículos 20.4

3.3.1 Distintas funciones de la ética de la comunicación

En la vida diaria observamos que existen multitud de actividades legales por estar dentro del ordenamiento jurídico, pero que a todas luces son inmorales desde el punto de vista social. Por eso, se hace necesaria una normativa ética para que ciertas prácticas, legales pero censurables socialmente, dejen de realizarse o sean repudiadas por los ciudadanos. Una ética preocupada por conseguir unos medios más plurales, en el que puedan participar las audiencias y sea generadora de una opinión pública madura y responsable. Una ética que anteponga los *bienes internos* sobre los *externos*, que aumente la libertad de los ciudadanos mediante informaciones contrastadas, opiniones fundadas e interpretaciones razonables y plausibles; que permita la libre expresión de las opiniones, que potencie una opinión pública razonante y que proteja la autonomía de los profesionales que trabajan en los medios. Una ética que comprometa a profesionales, empresas y ciudadanos (Cortina, 2004b).

Entre sus varias funciones, la ética también nos ha de servir para evitar situaciones peligrosas, pues el poder de los medios puede acarrear nuevos problemas no sólo de adicción, también de dominación mental. Tal como nos advierten Conill y Gozávez, si los ciudadanos no somos capaces de imponer nuestros criterios en este nuevo orden audiovisual, si no gozamos de una auténtica autonomía, el poder de los medios nos puede llevar a un nuevo tipo de dominación o incluso de esclavitud mental. Y esto sucede, porque “tanto quienes viven dentro de la gestión de los productos mediáticos –los profesionales- como quienes los consumimos nos encontramos bajo nuevos imperativos, sobre todo tecnológicos y económicos-empresariales, bajo nuevos poderes sociales, que generan conflictos y que muchas veces nos hacen sufrir indeseables consecuencias” (2004: 9).

También es importante destacar el papel que desempeña la ética en todo el proceso de la actividad de los medios. Si los medios de comunicación

no son sólo un negocio, sino que tienen obligaciones éticas en diversos ámbitos, tal como nos sugiere Conill, deberá aplicarse la noción de la responsabilidad tanto a sus profesionales, como a sus propietarios y a los ciudadanos. A los profesionales como creadores de los productos, a los propietarios como gestores de los medios y a los ciudadanos como consumidores que forman la opinión pública. A juicio del autor “una ética de los medios tiene que reflejar dos hechos: 1) el de la relevancia de los medios en una sociedad de la información (como infraestructura de la opinión pública, como instancia de socialización, como factor de poder) y 2) el rol de los medios como empresas que buscan el éxito y como objeto de inversión” Sólo así se podrá comprender la situación ambivalente de la producción mediática: como tarea pública y como negocio (Conill, 2004b: 140).

En la misma línea, García Marzal propone que la ética ha de afectar a todo el proceso de la actividad comunicativa, tanto la meramente informativa (el papel de los periodistas y redactores) como la empresarial (las relaciones corporativas y de gestión con terceros actores) con el fin de resaltar más si cabe su aspecto pragmático. Una ética crítica sobre el sentido y la razón comunicativa, que descansa en la información como bien interno que es de todo el proceso, pero que abarque también todos y cada uno de los actores que intervienen en la elaboración y transmisión de ese bien social. “Al igual que en cualquier otra práctica, también en la actividad comunicativa nos encontramos con actores individuales (profesionales, consumidores, directivos, ciudadanos, etc.) y con otros corporativos (empresas anunciantes, agencias de publicidad, medios informativos, asociaciones de consumidores, etc.). Uno de los temas básicos para toda ética reside precisamente en las relaciones de dependencia recíproca que existen entre los dos niveles”. Desde ese punto de vista, “el objetivo básico de una ética de la comunicación consiste en explicitar las bases éticas que subyacen a la confianza depositada

en la práctica comunicativa y en sus actores y organizaciones” (García Marzal, 2004: 112-113).

Desde una óptica distinta, Galdón apela al sentido ético y vocacional como dos actitudes morales necesarias para el ejercicio de las virtudes periodísticas. Destaca que lo importante es que los profesionales de los medios desarrollen sus labores bajo la tutela de la honradez como condición a la excelencia profesional. “La consideración natural de las realidades humanas, la ética natural, la ética de toda actividad humana, la ética periodística en nuestro caso, es la consideración, desarrollo y ejercicio armónico de las virtudes intelectuales y morales de las personas, que se realizan de acuerdo con su dignidad personal y conquistan su libertad interior y fomentan la de los demás, mediante el ejercicio de esas virtudes” (1994: 227). En este caso, el profesor Galdón supedita la calidad de los contenidos a la buena preparación de los profesionales (piensa que con profesionales con buenas actitudes y aptitudes los contenidos de los medios serían serios, rigurosos, veraces y de calidad). Y aunque en su libro se refiere a los contenidos específicamente periodísticos, podríamos hacerlos extensibles al resto de las actividades que se realizan en los medios para lograr unos resultados similares a los que pretende con la información.

Por su parte, Camps establece que como la ética se nutre de unos derechos fundamentales que, a su vez, descansan en el reconocimiento de unos valores igualmente básicos: la igualdad, la libertad, la solidaridad, el respeto y la dignidad, su valor estriba en aproximar los derechos y deberes generales a las exigencias de cada profesión, explicitando los posibles conflictos y dando las pautas para resolverlos. Porque “a diferencia del derecho, que se materializa en una legislación de la que nadie queda excluido, la ética aparece como un asunto individual, que apela a la conciencia de cada cual y que incluso puede contradecir al derecho y criticarlo” (2004a: 233).

Y para Fontcuberta la ética junto a las leyes son las armas que los periodistas deben emplear para salvaguardar la libertad de expresión y el derecho a la información “ante cualquier intento de restricción o coacción procedente de toda forma de poder, y también de su posible degradación, producida por su eventual inobservancia o adulteramiento por parte de los propios medios o de los que trabajan en ellos” (1993: 143).

La conclusión a la que llegamos, una vez expuestas las consecuencias que se derivan de la pérdida de autonomía de los medios, que se controlen desde instancias políticas o de que el fin objeto de su función sea el interés económico en lugar del interés público, es que existen motivos más que suficientes como para reclamar una ética de la comunicación que institucionalice los valores de independencia frente al resto de poderes. Una ética que abarque a quienes integran la industria mediática: profesionales, empresarios y audiencias. De esta manera, a los periodistas les daría seguridad y prestigio, los medios aumentarían su credibilidad y los ciudadanos se convertirían en audiencias exigentes y verían respetado su derecho a la información.

CAPÍTULO IV

DE LOS DISTINTOS TIPOS DE REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD INFORMATIVA

4.1. Ética y derecho: conceptos distintos pero complementarios

Ética y derecho son dos realidades diferentes pero complementarias. Por una parte, el derecho se materializa en una legislación de la que nadie queda excluido, mientras que de otra, la ética aparece como un asunto individual, que apela a la conciencia de cada cual y que incluso puede contradecir al derecho y criticarlo (Camps, 2004a). Es decir, que mientras el orden jurídico afecta a la totalidad de la comunidad social, el orden ético lo hace sobre el individuo. El primero actúa *a posteriori* y el segundo lo hace *a priori*. Sin embargo, en la esencia de ambos es donde radica su relación, que se pone de manifiesto en la evidencia de que el orden ético fundamenta y da origen al orden jurídico, porque la moral es la base del Derecho (Cortina, 1994). Para esta autora, como la ética está basada en la norma moral y ésta tiene un componente *humanizador* y afán *universalizador*, siempre tenderá a ser justa, porque se basa en la dignidad de las personas y en la defensa de los derechos humanos. Y por esa razón la ética nos indicará cuándo el derecho es injusto, porque “existe una suerte moral universal desde la que pueden condenarse como injustas leyes que en un país están vigentes y, además, legalmente vigentes” (*id.*: 27). Así sucede, por ejemplo, cuando el derecho no tiene en cuenta los valores morales de una sociedad, porque cuando la norma ética suministra argumentos al derecho, las leyes jurídicas además de legales, son justas.

Suárez basa la complementariedad en que “el derecho actúa porque se exigen mecanismos de autoridad pública (que no es lo mismo que autoritario)

que doten de eficacia a la coordinación de los comportamientos” individuales (2001: 103). Al igual que Cortina, considera que la ética es justa porque forma parte del buen comportamiento humano con el otro, necesario para vivir en sociedad. “Indicar qué comportamientos son obligatorios para lograr objetivos comunes, dota de consistencia la iniciativa de quien de buena gana desea vivir pacíficamente. Hace de la ética, como voluntad, justicia” (*id.*:17). Y resuelve que el derecho es efectivo en su respuesta pero no siempre oportuno “pues reacciona a un comportamiento ya ejecutado y sólo puede resarcir o compensar su daño, pero no evitarlo”. Sin embargo, como la ética persigue que la pauta tenga un efecto *a priori*, “consigue advertir al sujeto de la trascendencia de sus actos”. Por tanto, la ética siempre será preferible al derecho “porque se muestra más respetuosa con la libertad de las personas” (p. 102).

De ahí que deduzcamos que ética y derecho ni son incompatibles ni deben serlo. Ambas son normas distintas, sí, pero complementarias, porque sirven para regular mejor las actividades y las acciones humanas. No obstante, para que uno (el derecho) no solape a la otra (la ética) debemos vigilar y poner límites a las iniciativas legislativas si no queremos estar abocados a una excesiva regulación jurídica que juridifique todos los movimientos de las personas. En ese caso, ni la vida tendría sentido con una ausencia total de normas legales ni, por el contrario, podríamos vivir en libertad si todas nuestras acciones estuvieran tasadas jurídicamente. Una buena solución es aquella que proporciona al derecho una regulación mínima para proteger la libertad de los ciudadanos y la vida en común, al tiempo que la ética se encarga de señalar cuáles son los criterios para desarrollar acciones buenas (Cortina, 2009). Ese criterio también es defendido por Desantes, puesto que la normativa ética es capaz de ir más allá que la ley jurídica y, por tanto, “es capaz de matizar más que los órganos que aplican la ley estricta” (1973: 76). Pues tanto la Administración como los Tribunales tienen que atenerse al

principio de legalidad y sólo pueden juzgar sobre la base de una disposición escrita.

El enriquecimiento que aporta la ética al derecho, pues, viene motivado por su carácter de justicia, algo que la ley no siempre tiene en cuenta. Y ahí estriba, por tanto, su mayor diferencia. En muchos casos, una ley puede ser legal en un país determinado pero, a todas luces, injusta. Suele ocurrir con bastante frecuencia en Estados autoritarios, que anteponen los criterios arbitrarios de sus gobernantes a los principios morales de los ciudadanos; también ocurre en lugares teocráticos donde, con la excusa de la doctrina religiosa, se imponen actitudes vejatorias para las personas. En cambio, siguiendo a Cortina⁴⁶, podemos afirmar que la ética, como norma que emana de la propia sociedad, es democrática, porque busca establecer unos mínimos de autonomía y libertad; también es universalista, porque se propone llegar a todos los rincones del planeta; y es deontológica, porque es una exigencia para que todos los seres humanos podamos disfrutar de unos mínimos que nos garanticen una vida digna (2001b).

4.1.1 Diferencias en su aplicación en el ámbito de los medios

Llevado al ámbito de la comunicación, es preciso resaltar con Desantes la gran labor que ha prestado (y sigue prestando) la ética dentro del sistema legislativo para promover leyes que garantizan el derecho a la información, y en no pocas ocasiones, contraponiéndose al derecho mismo cuando las leyes lo que buscan es limitar y regular los temas que interesan a los gobiernos. Para ello, los poderes públicos recurren a leyes de prensa que “son leyes, por una parte, *limitadas* a regular unos cuantos temas que son los que interesan al Gobierno que las promulga (...) pero que en modo alguno se aborda el derecho del público a la información; y, por otra, *limitativas* [porque] es una libertad concedida por el Estado” (1973: 27). No hay que olvidar que en la

⁴⁶ Aunque Cortina se refiere en este caso a la ética cívica, podemos hacerla extensiva a la ética en general porque su función y finalidad son siempre las mismas.

lucha por el poder de la prensa (el poder de informar), quienes “han mostrado una imaginación más fértil han sido los Gobiernos” (Soria, 1991a: 23). Pero también es evidente, y así se ha demostrado, que en la lucha por las libertades (la libertad de expresión y de información, en este caso) la ética se ha revelado con la fuerza que le proporciona ser justa, esa justicia natural al hombre, que reside en el alma de la persona que describía Platón. Y como no tiene sentido hablar de responsabilidad donde no hay libertad, siguiendo a Aznar, tampoco cabe hablar de verdadera libertad donde falta la responsabilidad. “Libres sí, pero también responsables” (2000: 146). Ambas cualidades es lo que nos proporciona la ética y el derecho a través de sus códigos⁴⁷, deontológicos y jurídicos, mediante los cuales se establecen los enunciados normativos que incidirán y regularán las actividades profesionales, en el caso que nos ocupa, la actividad de los medios de comunicación.

Antes de abordar las diferencias entre la ética y el derecho desde el punto de vista de su aplicación, es conveniente destacar la incidencia que la ética ha tenido en el ámbito de los medios. Por una parte, podemos decir que su ausencia provoca de forma inmediata una pérdida de credibilidad, lo que significa, a corto y medio plazo, una pérdida de autonomía y un debilitamiento de las defensas ante presiones externas de los poderes públicos, así como la ruptura de las relaciones entre los profesionales y las empresas. Sin embargo, su presencia dará como resultado unos medios autónomos, libres y de calidad. Porque, tal como señala Soria (1991a), la información de calidad siempre es ética; y, a la inversa, nunca será de calidad la información que carezca de ética.

⁴⁷ Barroso define Código como: “un conjunto o recopilación de leyes, normas, principios, reglas o preceptos, siguiendo un plan metódico y sistemático, subdividido en capítulos y artículos que recogen una normativa determinada sobre cualquier materia. Los códigos se pueden dividir en: 1. Códigos de derecho; 2. Códigos de ética” (1991a: 195-196)

En cuanto a sus diferencias, citamos algunas recogidas en Villanueva (2000: 18-19) que se evidencian en los cinco puntos siguientes:

- 1 Las normas éticas son autónomas (son creadas por el sujeto que debe cumplirlas) mientras las normas jurídicas son heterónomas (son creadas por sujetos distintos a los que van dirigidos).
- 2 Las normas éticas son imperativas (establecen obligaciones para el sujeto que las creó) mientras las normas jurídicas son imperativo-atributivas por cuanto constituyen obligaciones y confieren derechos al sujeto del derecho.
- 3 Las normas éticas son voluntarias (su cumplimiento tiene como premisa el convencimiento personal) mientras que las normas jurídicas poseen coercibilidad como sanción a la conducta contraria a la establecida.
- 4 Las normas éticas son particulares (van dirigidas únicamente a quienes integran el gremio periodístico) mientras que las normas jurídicas tienen la característica de la generalidad (van dirigidas a todas las personas sujetas al sistema normativo).
- 5 Las normas éticas tiene como propósito la dignificación y el reconocimiento social, mientras que las normas jurídicas tienen como finalidad última asegurar las condiciones mínimas para la coexistencia pacífica de las personas en el seno de la sociedad.

Otras diferencias son las aportadas por Bel, López Mañero, Desantes y Suárez. Bel destaca que la norma jurídica sólo entra en juego con el incumplimiento flagrante del mandato legal. Sin embargo, “antes de ellos hay una extensa zona que debe ser igualmente respetada en bien del público y de la información misma, que sólo una adecuada actitud ética puede considerar” (1991: 113). López Mañero señala que la ética cubre algunos déficits del

sistema judicial, como es la rapidez para adaptarse a las nuevas situaciones, sobre determinados aspectos que “la ley no ha admitido o es incapaz de regular” (2000: 176-177) Desantes establece que la actuación de la ética es mucho “más ágil que los organismos de control administrativos y judiciales”, aparte de ser más susceptible a la hora de captar la última incidencia técnica, política o jurídica “que la ley escrita todavía no ha captado porque tiene un procedimiento de elaboración más lento” (1973: 77) Y para Suárez “la ética es preferible a la norma jurídica porque se muestra más respetuosa con la libertad de las personas”, máxime en una actividad como la información cuyo objetivo no es otro que el de propiciar una mayor libertad social a los ciudadanos (2001:102).

Sin embargo, todas las opiniones destacan el papel complementario que la ética aporta a la actividad mediática. Soria ha recogido las razones que avalan la aportación de la ética en los medios de comunicación (1991a: 96-97):

- Razón de dignidad y prestigio profesional: aumenta el prestigio de la actividad informativa y dignifica la profesión.
- Razón práctica: si se vive la ética informativa resultará innecesario dictar nuevas normas y ampliar el campo de la responsabilidad jurídica.
- Razón de identidad y competencia profesional: que permita a los informadores actuar siempre conforme a una conciencia bien formada.
- Razón de economía de la empresa informativa: si pensamos que las empresas en general han de ir más allá de la cuenta de resultados, la asunción de los valores éticos debe ser más evidente en las empresas informativas, sin que por ello deba existir un conflicto entre la praxis ética y la cuenta de resultados.

Por tanto, podemos concluir diciendo que, pese a las diferencias existentes entre ética y derecho, prima la idea, y así lo hemos recogido desde

el principio del capítulo, que ambas normas son complementarias. En ningún caso es pretensión de la ética “sustituir ni enmendar el sentido de la ley, sino complementarlo en aquellos casos en los que no resulta lo más apropiado” (Suárez, 2001: 26) Porque tal como afirma José Luís del Hierro, “las libertades no valen en la práctica sino lo que valen sus garantías”. Y precisamente por esa razón, la Constitución Española establece dos tipos de mecanismos que garantizan las libertades: 1) el jurisdiccional, a través de los Tribunales de Justicia y 2) el no jurisdiccional, a través de figuras como el Defensor del Pueblo (1991: 858).

4.2. Regulación de la actividad informativa: heterorregulación, desregulación y autorregulación

Ante un panorama tan desestabilizador para las sociedades democráticas, como es la perversión de la función social que tienen los medios, existen varios mecanismos para regular un bien tanpreciado por las democracias. La primera sería la regulación de la actividad de los medios a través de la legislación y de la intervención del Estado; es decir, la heterorregulación impuesta mediante leyes jurídicas. La segunda, en el lado contrario, la desregulación del sector mediante la “doctrina de la no ley”, aquella que estima que la mejor regulación es la que está libre de toda norma, bien sea jurídica o ética. Y la tercera, vendría regulada desde la propia profesión mediante normativa ética; es lo que se conoce como la autorregulación a través de los códigos deontológicos.

La cuestión que plantea Aznar (2000) es cómo hacer efectiva esa regulación, porque ni el Estado ni los mercados pueden dar una respuesta satisfactoria. El derecho porque “no puede regular la actividad de los medios de la misma forma y con igual efectividad que regula otras esferas de actividad” (p.148). Y “los criterios del mercado -tal como hemos demostrado (cap. III)- tampoco sirven para regular el funcionamiento de los medios”

(p.153). Por tanto, el Estado como el mercado “resultan incapaces por sí solos de conseguir unos medios más responsables y ajustados al ideal de servicio a la sociedad” (p.156). Si el reconocimiento público de una profesión se basa en la conciencia que posee de constituir un servicio a la sociedad (Hortal, 2010), parece claro y normal que se haga a través de una fórmula que exprese la conciencia que ese colectivo posee y su capacidad por asumir responsabilidades sociales. Si esa conciencia debe expresarse bajo la supervisión de las normas éticas o jurídicas, o sin ellas, debe ser una elección que tenemos que plantearnos. Y en esa labor por elegir uno u otro código –o ninguno de ellos-, uno u otro mecanismo de regulación, va encaminado el desarrollo de este apartado.

Los tres tipos de regulación de la actividad mediática persiguen métodos distintos, como ya hemos adelantado, y también objetivos diferentes. Detrás de cada uno existe el interés último por controlar los medios de comunicación. Unos, lo plantean desde la intervención del Estado bajo la regulación legislativa de los medios, es decir, el control a base de leyes, es lo que denominamos *heterocontrol*; otros, desde la más absoluta carencia normativa, es decir, *descontrol*; y entre unos y otros, está quienes promulgamos que la mejor regulación es hacerlo desde dentro del sector, con una base mínima legislativa y una amplia normativa ética deontológica para los profesionales y los medios, lo que conocemos como *autocontrol*. De ahí, que a la regulación externa la denominemos heterorregulación (porque la hacen otros, desde fuera), a la ausencia de norma la llamemos desregulación (porque son contrarios a la regulación normativa, bien sea ética o legal), y a la que aspira a hacerlo desde dentro, autorregulación (porque son los propios profesionales quienes se obligan a sí mismos).

4.2.1 Heterorregulación

La heterorregulación, pues, no es más que la manera de controlar (heterocontrol) la actividad de los medios por parte del poder político, con la excusa de regular su labor, a través de las leyes⁴⁸. Por decirlo de otra manera más clara, no es más que aplicar el derecho a los actos propios de una actividad profesional bajo la amenaza del poder sancionador y coercitivo de la Ley. Esto, que aparentemente hasta puede verse como algo normal por una parte de la población (sobre todo después de ver ciertas prácticas, como la persecución de *paparazzi* a famosos, tertulias televisivas donde todos se ponen a parir y sacan a relucir los trapos sucios de los invitados o noticias inventadas por parte de cierta prensa para desacreditar a personajes o autoridades) y también por una amplia parte del poder político, lleva aparejado unos riesgos difícilmente compatibles con la libertad. Los primeros interesados en una medida así serían los políticos, que dispondrían de un arma muy poderosa, no para regular la actividad periodística, sino para controlarla. Por eso, heterorregulación es sinónimo de heterocontrol, es decir el control ejercido por otro, por el poder político (Desantes, 1973).

Los medios de comunicación tienen para los políticos un especial atractivo. Son los que le acercan a la opinión pública, los que los promocionan ante el gran público y son los cauces a través de los cuales transmiten sus ideas y propuestas (Ruiz, 2003). Es tanta la dependencia del político respecto de ellos, que cualquier acto o mitin se realiza en función del horario de los medios: ruedas de prensa antes del mediodía, presentaciones de actos antes de media tarde, entrevistas para ser publicadas los domingos... Hasta se hace coincidir, en el periodo electoral, las frases más llamativas y apasionadas con el

⁴⁸ La regulación y el control de la información por parte del poder político ha sido una constante en la historia de la comunicación. Desde que los gobernantes descubrieron las posibilidades que la imprenta ofrecía a la difusión de los mensajes, los Estados han intentado por todos los medios tener bajo control los contenidos de las publicaciones. El primer ejemplo lo encontramos en los albores del siglo XVI, con la Pragmática promulgada por los Reyes Católicos en Toledo el 8 de julio de 1502. Está considerada “la primera disposición jurídica española completa sobre la imprenta y el libro impreso, en la que se establece la licencia real previa a la impresión, delegándose la función también en algunas autoridades civiles y eclesiásticas” (“Imprenta” en *Proyecto Filosofía en español*, descargado el 13 de febrero de 2014 en <http://www.filosofia.org/lec/imprenta.htm>).

momento justo en que la señal entra en directo en los telediarios (Arroyo, 2012, Rodríguez Bajón, 2010). Podemos decir, sin temor a equivocarnos, que las agendas de los políticos se hacen condicionadas en función de las características propias de los medios de comunicación.

Pero de la misma manera que los necesitan, a su vez, suponen un riesgo para ellos. Sobre todo porque su poder, de la misma forma que sirve para promocionar, también sirve para denunciar. Los medios, ese *cuarto poder* de las democracias, tienen entre sus funciones la de investigar y sacar a la luz aquello que el poder pretende ocultar (Soria, 1991a), y ahí es donde el periodista se vuelve enemigo para el político. Ésa es la otra cara de los medios que ya no gusta para nada a la esfera del poder. Por eso, el hecho de que sean los poderes legislativos y ejecutivos (poderes políticos) quienes regulen la actividad de los medios para proteger su función social, es tan arriesgado como intentar proteger un pastel a la salida de un colegio. El miedo a la libertad de expresión –nos dice Conill- ha provocado que desde el poder político se pongan todas las cortapisas que limiten dicha libertad al tiempo que se activaban mecanismos para controlar y dirigir la información según sus intereses, bien en regímenes totalitarios o democráticos (2004b).

Desantes nos advierte de los peligros irreversibles que conlleva el control de la información por parte de los Estado. “La prensa ha ofrecido una tentación permanente al poder ejecutivo, que ha intentado apoderarse, y en muchos casos y en muchos países lo ha conseguido, para utilizarla en su propio interés”. El problema es todavía mayúsculo cuando empíricamente se ha comprobado que en los casos en que lo ha conseguido el proceso ha sido irreversible. Es decir, “cuando el Estado, el poder ejecutivo fundamentalmente, se ha apoderado de los medios de información difícilmente los ha soltado” (1973: 33). Para ello, se sirven de dos tipos de recursos de control: 1) los directos, a través de la elaboración de leyes y su aplicación legislativa; y 2) los indirectos, a través de la concesión de

subvenciones, publicidad institucional, exenciones fiscales, exclusivas informativas... Y, en el caso de la radio o la televisión, mediante concesiones administrativas para su emisión (Ruiz, 2003).

En la España franquista, Bel (1991) destaca tres órganos institucionalizados por el Estado y cuyo objeto no era otro que el de someter a los medios al control del gobierno. Estos eran:

- Tribunales de Honor, creados por una Orden Ministerial el 11 de mayo de 1955. Su función era juzgar las infracciones graves de los principios contenidos en el decálogo moral del periodista.
- Consejo Nacional de Prensa, regulado a través de un Decreto de 27 de septiembre de 1962 (su reglamento definitivo se aprobó mediante Orden Ministerial de 19 de diciembre de 1969) Se configuró como un órgano consultivo y asesor del ministerio de Información y Turismo en cuestiones relacionadas con la información.
- Jurado de Ética Profesional, nacido a la luz del artículo 33 de la Ley de Prensa e Imprenta de 1966. Su atribución era la vigencia de los principios morales de la actividad periodística conforme a la referida ley de Prensa.

4.2.2 Desregulación

En el lado opuesto se sitúan los defensores del tan manido aforismo *“la mejor ley de prensa es la que no existe”*, como si los demás fuéramos tan ignorantes como para saber que no es verdad y que lo que realmente se persigue es algo muy distinto a la regulación. Es decir, los partidarios de la “doctrina de la no Ley” lo que buscan es la ausencia de cualquier tipo de norma, que no es más que el descontrol de la actividad informativa. En este caso, el poder absoluto no lo tendrían los políticos, sino los periodistas y los empresarios de los medios, que pasarían a disponer de un vacío legal tan amplio como peligroso para la propia sociedad. No estar sujeto más que a las reglas del mercado, al

más puro estilo ultraliberal, despojaría de responsabilidad a quienes tienen la obligación de facilitar un derecho tan fundamental como el de dar información veraz y promover el ejercicio de la profesión desde el respeto, la honradez y la honestidad (Camps, 2004a). Además, es necesario recordar con Aznar, que tanto el Estado como el mercado han demostrado ser “incapaces por sí solos de conseguir unos medios más responsables y ajustados al ideal de servicio a la sociedad” (2000: 156).

Por otra parte, carece de todo sentido que en un contexto democrático, donde se protege y fomenta la libertad de expresión, existan empresas y profesionales que rechacen cualquier tipo de regulación, amparándose en esa misma libertad, y *ni quieran códigos éticos ni códigos jurídicos* (Bonete, 1999). Quienes defienden eso, lo que están defendiendo es el más absoluto descontrol de la actividad informativa. Sin embargo, si la información, tal como recalca Desantes, tiene que estar al servicio del interés general, “quiere decirse que tiene que haber alguien que la controle para que la actividad informativa no se desvíe hacia otros intereses que no sean el interés público en general” (1973: 21).

Ese *alguien* puede ser el Estado o los medios, pero siempre bajo unas normas que deben guiar la actividad: bien sean jurídicas o deontológicas. Pues en un Estado de Derecho no deja de ser una contradicción reclamar la protección de unos derechos y, por el contrario, no asumir la responsabilidad que conlleva su aplicación. Máxime si tenemos en cuenta que “cuando alguien tiene un derecho es porque alguien tiene el deber de satisfacerlo” (Desantes, 2004: 74), lo que quiere decir que cuando al periodista le ampara el derecho a informar, al mismo tiempo le está creando un deber, el deber de informar según las normas éticas de la profesión. Quienes rechazan los códigos deontológicos lo hacen bajo la excusa de que con la conciencia moral de cada cual y las leyes actuales son suficientes para orientar la actividad de los profesionales y las empresas de la comunicación (Mora, 2010). En cambio, a

nuestro juicio, seguir por esa línea no es más que dar argumentos a sus contrarios, a quienes defienden que ante la anarquía que puede suponer la ausencia de normas, la mejor forma de regular la actividad mediática sea a través de las leyes. Por eso, la solución pasa por esa tercera vía que existe entre la heterorregulación y la desregulación, es decir, la autorregulación.

4.2.3 Autorregulación

Tal como hemos referenciado al principio de este apartado, autorregulación es sinónimo de autocontrol, que no es más que el compromiso de los profesionales, editores y empresarios del sector por dotarse de unas normas éticas que sirvan para no pervertir la actividad de los medios. Autorregularse es hacerlo desde dentro sin que nadie lo tenga que hacer desde fuera, es cumplir con unos objetivos honestos y mantener el prestigio profesional. Es trabajar en favor del buen hacer de los profesionales y para eso es necesario que se especifiquen claramente cuáles son los límites que no se deben traspasar. La autorregulación es definir el correcto comportamiento de los profesionales para no incurrir en errores y riesgos innecesarios, evitar la competencia desleal y promover cuantas medidas sirvan para dignificar una profesión bastante desprestigiada por la opinión pública. Y, sobre todo, es promover a través de los soportes técnicos necesarios los mecanismos que faciliten el acceso de las audiencias a los medios, que puedan expresar su opinión en libertad y se les tenga en cuenta a la hora de definir los contenidos. Una definición que recoge lo antedicho es la que aporta Loeffler recogida por Desantes en su *Autocontrol de la actividad informativa* (1973) Para el profesor alemán:

Los organismos de autocontrol de la prensa son instituciones creadas por y para la prensa⁴⁹, en el seno de los cuales periodistas y editores, adoptando libremente sus decisiones y siendo responsables únicamente ante su propia conciencia, cooperan a

⁴⁹ En su momento Loeffler habla sólo de la prensa. Sin embargo, a juicio de Parés i Maicas (2006) esta definición “debe ampliarse, en la medida de lo posible, a todos los medios de comunicación”

fin de preservar la existencia de las relaciones equilibradas y leales entre la prensa de un lado, y el Estado y la sociedad de otro, por medio del mantenimiento en el interior de la prensa de una alta moralidad profesional y por la defensa en el exterior de ella de la libertad de prensa (*cit.* en Desantes, 1973: 46)

No obstante, y con el fin de evitar confusiones, Desantes matiza que en muchos casos se puede caer en la simplicidad de pensar que los sistemas de autocontrol están creados por y para la prensa, lo cual no es cierto. Pues sólo con “buscar la justificación del control y autocontrol, vemos que, en último término, no se justifican en beneficio de la prensa, sino en beneficio del interés público al que la prensa debe servir” (1973: 47). Para el autor, el fundamento del autocontrol se basa en dos ámbitos: 1) para hacer frente a otras regulaciones externas (sobre todo la regulación del Estado), y 2) para conseguir una regulación de la actividad informativa lo más eficaz, positiva y completa posible. Lo que equivale a decir que el autocontrol es incompatible con los regímenes no democráticos.

Para Aznar, “cuanto más se dé una comunicación social regulada por sus propios actores (incluido, desde luego, el público) y más guiada por sus propios valores y fines internos, menos sujeta estará a intereses y fines ajenos; por consiguiente más libre será” (2000: 158) La esencia misma del autocontrol radica en su capacidad autorreguladora, que se hace efectiva mediante un conjunto de herramientas (códigos deontológicos, libros de estilo, estatutos de redacción, consejos de redacción, etc.) que poseen dos rasgos fundamentales comunes: 1) comparten el objetivo de promover los valores morales y los bienes internos de la comunicación, y 2) son el resultado de la libre iniciativa y el compromiso voluntario de los agentes que intervienen en la comunicación mediática: los profesionales, los propietarios y el público en general (*id.*: 156-157).

Con Bel (1991) descubrimos otras cualidades que ofrece el autocontrol: sirve para llevar a cabo la universalización del derecho a la información;

considera al público no como un ser pasivo, sino como parte activa en su desarrollo; disminuye la presencia del Estado en la regulación de la información; y permite una mayor independencia profesional, requisito básico e imprescindible para el buen ejercicio del periodismo. Por su parte, Suárez Villegas incorpora una importante razón que justificaría el autocontrol. En la cuestión sobre ¿quién controla los medios?, “el autocontrol evita los peligros de la *mediocracia* y, sobre todo, que la última palabra la tengan los medios sin que exista posibilidad de contestación” (2006: 105).

4.3. Autorregulación: autonomía e independencia

Si en cualquier actividad profesional lo más importante es tener autonomía para realizar un buen trabajo, con más razón está justificada en el caso que nos ocupa, al tener como finalidad la gestión de unos derechos tan fundamentales como es la libertad de expresión y el derecho a informar. Por eso, la autorregulación es el método más idóneo para regular la actividad de los medios de comunicación, porque lo hace mediante los comportamientos éticos que promueven los códigos deontológicos. De hecho, tal como expresa Victoria Camps, “autorregulación y autonomía podemos considerarlos conceptos sinónimos si tenemos en cuenta que la autonomía consiste en la capacidad de una persona de darse normas” (2004a: 234-235). Y si esas normas fortalecen la independencia de los profesionales que las asumen, entonces podemos determinar que la autorregulación es, además, autonomía e independencia.

Ha quedado demostrado que todas las normas éticas que nutren los códigos y demás documentos deontológicos son la mejor ayuda que pueden tener los periodistas y demás trabajadores del sector de la comunicación para ejercer su labor con autonomía e independencia. Tanto frente a las presiones externas como a las internas. Una ayuda que les guiará a cumplir con la función social de la actividad, pero que también precisará de la implicación de

otros actores. Las audiencias (el público en general), desempeñan un papel muy importante en la autorregulación, porque son quienes con su crítica y su exigencia, deben estimular a los profesionales a hacer aquello que la sociedad les ha confiado y hacerlo de la mejor forma posible (Azurmendi, 2000). Y los empresarios de los medios, porque de ellos depende en gran medida el éxito o fracaso de la actividad informativa. Las empresas de comunicación trabajan con una mercancía muy particular, que necesita de unas condiciones laborales especiales para poder desarrollar bien su actividad. Por tanto, de las empresas dependerá que sus empleados puedan ejercer con libertad un trabajo que requiere autonomía e independencia (Cortina, 2004b).

Los medios de comunicación, tal como venimos defendiendo, son empresas de servicio público, sujetas a las obligaciones que su función social les impone y cuya responsabilidad va más allá de lo estrictamente legal. Son empresas que han de tener un plus ético en su actividad diaria, porque la mercancía que manejan repercute directamente en las libertades de las personas y de la sociedad en general (Conill, 2004a y b). Por eso, no hay mejor regulación que la que los propios profesionales y empresarios pueden *autoimponerse* desde el compromiso voluntario. Una regulación que sirva de autocontrol y, por tanto, de autodefensa frente a otros poderes deseosos de controlar un sector tan importante para la libertad como el de la comunicación (López Mañero, 2000). Porque, como defiende la autora, el objetivo de la autorregulación es que “el propio sector se regule para evitar en la medida de lo posible que lo hagan otras personas ajenas a la profesión que probablemente no conozcan su funcionamiento interno [y] pretende ser la fórmula para evitar la promulgación de posibles leyes arbitrarias o perjudicables” (*id.*: 171) para el sector de la comunicación.

Sin embargo, tenemos que seguir insistiendo en que autorregulación no quiere decir ausencia de normativa legislativa. Ambas (deontológica y jurídica) han de ser compatibles, aunque debe haber una preponderancia clarísima de la

primera sobre la segunda (Desantes, 1973). Es decir “un máximo ético y un mínimo jurídico” por decirlo con una de las frases más recurrentes de Núñez Encabo⁵⁰. Para este autor, “el autocontrol es la única manera de evitar códigos penales y sanciones desorbitadas del código civil y de hacer que justos no paguen por pecadores” (Molina, 2011: 9). Y para ello, los poderes públicos pueden y deben ayudar mediante la elaboración de leyes que estimulen organismos de autorregulación, señalen sus características y sus elementos. Aunque, principalmente, deben ser las organizaciones profesionales, las empresas informativas y la sociedad, quienes lleven la iniciativa y el peso de la regulación de la actividad informativa.

Y si bien es cierto que la autorregulación “no puede resolver el conflicto de intereses público-privados que se origina en el seno de las empresas periodísticas, debido a que los medios son, sencillamente, juez y parte” tal como apunta Ruiz (2003: 156)⁵¹, es el único mecanismo que el sector tiene para poder protegerse y denunciar las arbitrariedades de unos y otros.

Otros autores, tampoco muy ilusionados con la autorregulación, como es el caso de Esteve Pardo, reconocen que ésta ha ido ganando nuevos espacios y consolidándose en otros, gracias a que “toma sus fuerzas y se desarrolla extramuros del sistema jurídico convencional, extramuros del ordenamiento, extramuros del parlamento y de las instancias de producción normativa, extramuros del orden jurisdiccional, extramuros del ejecutivo, extramuros del Estado” (p. 10)⁵².

Frente a quienes se muestran críticos o escépticos con la efectividad de la autorregulación, Aznar (1998) destaca que como ésta se lleva a cabo a través de documentos deontológicos (códigos, libros de estilo, estatutos de redacción, defensores del público, consejos de información, etc.) todos

⁵⁰ Manuel Núñez Encabo fue el redactor y ponente del Código Europeo de Deontología del Periodismo y actualmente es el presidente de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE.

⁵¹ El escepticismo de Ruiz se basa en que “el poder político y sobre todo el económico, ya están dentro de los medios, limitando con sus asedios (influencias) la libertad de expresión” (2003: 156).

⁵² Esteve Pardo, José, “Prólogo” en Darnaculleta i Gardella, M^a Mercé (2005).

coinciden en desempeñar cuatro funciones básicas que resultan determinantes para que la autorregulación se desarrolle con éxito.

La primera es formular públicamente las normas éticas que deben guiar la actividad de los medios. En ese sentido la autorregulación se relaciona fundamentalmente con la ética y la deontología profesional de la comunicación; y no con el derecho y las normas jurídicas. La ética aplicada y la deontología tienen como tarea reflexionar sobre la dimensión moral de una determinada profesión o actividad social, contribuyendo a precisar sus obligaciones, sus bienes y sus valores. Pero como tal reflexión carece de efectividad práctica más allá del compromiso personal que pueda suscitar la conciencia de los profesionales, la autorregulación será la encargada de hacer efectivos esos contenidos normativos que la ética y la deontología han destacado. Y lo hará porque ésta es la primera función precisamente de la autorregulación.

La segunda es la de contribuir a que se den las condiciones laborales, profesionales y sociales que hagan posible el cumplimiento de las exigencias éticas y deontológicas de la comunicación. Además de proclamar las normas y los valores de una actividad, hay que hacer lo posible para que éstos puedan aplicarse en la práctica sin que ello deba suponer un problema o coste adicional. Que los profesionales ajusten su conducta a las normas y los valores de su profesión no debe depender únicamente de su esfuerzo personal. La deontología y la ética profesional debe ser algo común entre quienes realizan una determinada labor y no sólo de personas sacrificadas. Por eso, es importante que lo normal sea el cumplimiento de las normas éticas y la excepción, su incumplimiento (que quienes no se ajusten a las normas sean señalados y apartados).

La tercera función es la de examinar, juzgar y poner en conocimiento de la opinión pública aquellos casos en los que se produzca ese incumplimiento. Viene al hilo de la anterior, porque es lógico que, si se han

proclamado los criterios éticos y deontológicos de la profesión y se han establecido las condiciones para su cumplimiento, sea el propio sector quien denuncie a quienes lo vulneran (bien sean profesionales o empresarios). Es una función de máxima importancia, pues es la que de verdad le da sentido a las anteriores, ya que la efectividad de la autorregulación pasa por que pueda discriminarse entre las actuaciones respetuosas de la ética y la deontología profesionales y las que no lo son. Porque si el público está informado de ello, los medios se verán sujetos al veredicto crítico de la opinión pública y, por ende, a su castigo.

Y la cuarta función es la que tiene que ver con el estudio, la discusión y el juicio de las actuaciones éticas conflictivas que se dan en los medios, que permite que la profesión, quienes la realizan y el público, puedan aprender sobre la dimensión moral de esta actividad. Como ciertos mecanismos de la autorregulación tratan de discriminar entre las acciones correctas e incorrectas en el ámbito de la información y la comunicación, esta discriminación no debe hacerse exclusivamente con el ánimo de reprobar a unos y resarcir a otros. A menudo tendemos a pensar con demasiada ligereza –nos dice Aznar– que todas las actuaciones incorrectas se deben a faltas intencionadas. Sin embargo, en bastantes ocasiones se nos olvida que en muchos casos estas actuaciones se dan ante situaciones nuevas, imprevistas, creadas por los avances técnicos y los cambios sociales que plantean contextos nuevos a los que no se sabe responder adecuadamente. Y como lo que no es aceptable es que una sociedad que dispone de capacidad y medios para hacerlo pase sin plantearse la dimensión moral de sus actividades más destacadas, los mecanismos de autorregulación son los que deben favorecer el aprendizaje y la maduración moral en este ámbito tan esencial para la sociedad.

Pero la autorregulación también pasa por que se respeten los acontecimientos tal como suceden, sin más interpretación que la que precisa una explicación honrada; que se obtenga la información de forma honesta;

que se guarde el secreto profesional; que se respete la reputación de los individuos; que se rectifique la información incorrecta; que se vele siempre por la opinión pública; que se facilite el acceso de los ciudadanos; que se divida claramente lo que es información, opinión y publicidad; y, sobre todo, que se rechace cualquier presión encaminada a limitar la libertad de expresión y de investigación. Por eso, como queda de manifiesto en el enunciado de este apartado, la autorregulación es la herramienta idónea para conseguir la autonomía que el sector de los medios de comunicación precisa para cumplir con éxito la función para la que fueron pensados.

4.4. El papel de los actores: profesionales, empresas y público

Si los actores principales de la actividad informativa son los profesionales, las empresas y el público, es evidente que también lo han de ser en el ámbito de la autorregulación. Unos, porque son quienes tienen la responsabilidad de elaborar y difundir las noticias; otros, porque son quienes hacen posible la transmisión de contenidos; y los últimos, porque son los destinatarios de todo el proceso que los anteriores han hecho posible. Por tanto, como cada uno desempeña un papel en la cadena comunicativa, también llevan aparejadas unas responsabilidades que llevar a cabo. Los profesionales como emisores, las empresas como medios y las audiencias como receptores, a cada uno se les deben exigir unas conductas acordes a su función y a su compromiso. Si “la autorregulación supone un desplazamiento de los medios de comunicación desde el Estado –y su regulación jurídico-administrativa- a la sociedad civil y su regulación ética” (Aznar, 2000: 157) ha llegado la hora de que sea la sociedad civil quien asuma el papel regulador de la actividad informativa.

4.4.1 Los profesionales

Los profesionales son “aquellos que se ocupan de hacer lo que no todos hacen o se dedican a hacer” (Hortal, 2010: 36). Clara definición, que nos pone de relieve la diferencia existente entre el profesional y quien no lo es. Es decir, partiendo de esta acertada tesis que nos deja Hortal, queda claro que no todos pueden considerarse profesionales, pues no todos poseen aptitudes para ello. Sin embargo, tal vez esta explicación se quede algo corta, sobre todo si lo acercamos al ámbito del periodismo. Porque, además de los conocimientos teóricos y prácticos que debe poseer la persona, al profesional de la comunicación también se le debe exigir honestidad y honradez en su trabajo, es decir, conducta ética y buenas prácticas.

No sólo se es profesional porque se sepa hacer algo que los demás no saben o no lo hacen bien, sino que, aparte de eso, ha de ejercer su trabajo honradamente, porque la honradez está relacionada con el *obrar con rectitud* tan reclamado por Aristóteles. Si por honrado consideramos a quien es recto, honesto, decente, leal, justo... y es una cualidad (en este caso, una virtud) que debemos exigir a todas las personas, tanto en el ámbito profesional como en el personal, con mayor motivo deberemos exigirselo a quienes se dedican a la labor de informar y formar a la sociedad desde los medios de comunicación.

De ahí se desprenden dos cosas: de una parte, que los periodistas deben poseer una formación específica en las técnicas y los procesos informativos; y de otra, que la formación del profesional debe estar complementada con los contenidos deontológicos de la actividad que van a ejercer. Aznar es muy claro y preciso cuando dice que “el periodismo es una profesión que exige una preparación específica (avalada por el oportuno título universitario), que está guiada por unos valores y principios propios [deontológicos]” (2011: 173). Por tanto, tal como venimos destacando en este trabajo, no se puede considerar profesional de la comunicación a quien carezca tanto de un tipo de formación como de otra.

Destaca Soria unas afirmaciones de Rubin donde indica que “difícilmente existe otra ocupación de tanta importancia para la sociedad sobre la que se ejerza tan poco autocontrol: no hay requerimiento para su ingreso, no existe un cuadro específico de ética, no hay un sistema para librarse de los incompetentes ni de los bribones” (1991a: 92). El instrumento para diferenciar a los profesionales de la información de quienes no lo son (y por tanto lo único que consiguen es desprestigiar la profesión), es la asunción de las normas éticas recogidas en los documentos deontológicos del periodismo. La exigencia por parte de las empresas, el público y los mismos profesionales de su cumplimiento, posicionará a los *verdaderos profesionales* en un lugar distinto y destacado frente al resto de compañeros que, aun ejerciendo su trabajo en los medios, no pueden considerarse como tales. Sólo así, se podrá conseguir librar a los medios de *incompetentes* y de *bribones*.

Otra característica que destaca Aznar para garantizar que quienes informan y comunican lo hagan en las mejores condiciones posibles de libertad, justicia e independencia (requisitos insustituibles que ha de cumplir cualquier profesional de la comunicación) es que se cumplan unas condiciones laborales dignas y adecuadas a la responsabilidad social que desempeñan. De la misma manera que en muchos países todavía se tiene que luchar por conseguir espacios de libertad, en las sociedades desarrolladas esa lucha se centra en la consecución de unas condiciones mínimamente aceptables para los periodistas:

El ejercicio digno, honesto y ético del periodismo (como en cualquier otra actividad) no depende *únicamente* del esfuerzo de cada profesional, por mucho que ese esfuerzo sea imprescindible; sino que depende en gran medida de las condiciones generales en las que se ejerce esa profesión. (Aznar, 2011: 135-136).

Recogiendo unas palabras de Juan Antonio Prieto⁵³, difícilmente podremos hablar de conductas éticas de los periodistas si antes no existe un

⁵³ Citado en Aznar, 2011: 136.

marco adecuado sobre las condiciones de trabajo tales como el salario, los horarios, las vacaciones o la participación en los consejos de redacción. Si el periodista es un profesional de alta cualificación, que presta sus servicios por lo general en empresas de comunicación, es lógico que estos participen en las decisiones de los consejos de redacción y puedan expresarse en libertad y con arreglo a sus criterios deontológicos recogidos en los códigos éticos. Sólo así podremos hablar de verdaderos profesionales.

4.4.2 Las empresas

La crítica que hacen muchos profesionales sobre la poca implicación de las empresas por aplicarse los criterios éticos nos lleva a destacar una asignatura todavía pendiente. Es cierto que los más implicados en la regulación del sector son los profesionales y que las empresas están más pendientes de la rentabilidad que de la función social que desempeñan, o, como diría el profesor Jesús Conill, de la *economización*⁵⁴. Sin embargo, a los medios también les interesa adquirir prestigio social ante sus audiencias y esto se logra haciendo valer sus propios códigos éticos. La característica ambivalente de las empresas de comunicación (como tarea pública y como negocio) así como su doble rol (de bien cultural y bien económico)⁵⁵ les obliga a asumir unos criterios que les permitan combinar el desarrollo como empresa en un mercado de libre competencia, pero sin perder de vista la elaboración de contenidos de calidad con arreglo a criterios éticos.

La capacidad de penetración en la opinión pública, el servicio público esencial que desarrollan y la protección jurídica de la que gozan para ejercer su trabajo sin cortapisas, las convierten, por tanto, en empresas singulares. En este sentido es preciso recordar, que el Consejo de Europa, a través del Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística, en su artículo 11,

⁵⁴ Cuando el factor económico prevalece sobre cualquier otro, sea social, político, cultural. (Conill, 2004b: 140).

⁵⁵ Ambos conceptos están explicados y desarrollados en el punto 3.1 del capítulo III de este trabajo.

considera a las empresas periodísticas “como empresas especiales socioeconómicas, cuyos objetivos empresariales deben quedar limitados por las condiciones que deben hacer posible la prestación de un derecho fundamental”. Por eso, como organizaciones económicas que son, tienen que responder a los retos del mercado, pero sin olvidar que al ser instituciones sociales, que tienen una responsabilidad con la comunidad a la que sirven, se les exigen identificarse y respetar unos valores éticos, tanto en su organización como en los productos que elaboran (Conill, 2004a y b).

También es de suma importancia la existencia de una conciencia reivindicativa por parte de las audiencias, que éstas puedan expresarse a través de organizaciones de usuarios fuertes, y que sus opiniones sean tenidas en cuenta a la hora de confeccionar las parrillas con contenidos de calidad. Pero para conseguir todo eso, profesionales, empresas y público han de comprometerse en la regulación de los medios y asumir el papel que a cada uno de ellos le corresponde. Porque, como dice Victoria Camps, “la autorregulación no sólo es un concepto puramente ético o filosófico. Es también una idea jurídica (...) donde se reconoce la necesidad de someter a algún control una serie de poderes que están adquiriendo dimensiones cada vez mayores” (2004a: 236). Conseguir que las empresas cambien el ser de los medios por el deber ser, es uno de los cometidos de la autorregulación.

<u>Cómo son realmente</u>	<u>frente a</u>	<u>Cómo deberían ser</u>
Economización de los medios	Vs.	Función social y empresarial
Creciente mercantilización	“	Ética de la empresa
Irresponsabilidad social	“	Responsabilidad social
Contenidos banales	“	Productos de calidad
Límites a las audiencias	“	Promover la opinión crítica

4.4.3 El público

Antes de nada hay que destacar con Aznar (2011), que el objetivo último de la autorregulación es mejorar el contenido y la oferta de los medios. Y para ello qué mejor que contar con la colaboración y el compromiso del público receptor de los contenidos. Es evidente que la participación directa del público en el proceso autorregulador tiene consecuencias muy positivas: ayuda a aumentar la calidad de los contenidos, contribuye a la creación de una verdadera pluralidad informativa y mejora la relación entre medios y audiencias al ser considerado un agente activo en el proceso comunicativo por el resto de los sujetos intervinientes: empresas y profesionales.

En el contexto general el papel que desempeña el público-consumidor en la sociedad actual es fundamental por varios motivos: es el último actor al que va destinado todo lo que se produce, de él depende la supervivencia de muchas actividades, empresas y sectores que forman la estructura profesional, los mercados mantienen una constante lucha por acaparar su atención, es moneda de cambio en la competición voraz que mantiene el sistema capitalista... (Berlanga, 2010) Podemos decir que el ámbito económico gira alrededor del público-consumidor, todo está pensado para él, pero, ¿se piensa en él como persona o como una mercancía más?

En el caso de los medios de comunicación existen pocas dudas, pues en la mayoría de las ocasiones las audiencias dejan de ser concebidas como un colectivo de ciudadanos para pasar a ser consideradas masa. Se piensa más en ese grupo abstracto, donde lo que prima es el número, que en aquel otro más cualificado, pero reducido. Todo indica que importa más la cantidad que la calidad de las audiencias. La constante por alcanzar mayores niveles de audiencia es la demostración palpable de cuál es el concepto que los medios tienen de su público. Necesitan cifras llamativas con que presentarse ante el mercado publicitario, porcentajes de cuota para destacar frente a sus competidores y, sobre todo, ansían ser los líderes, porque eso les permite

diferenciarse del resto y adquirir liderazgo (que no prestigio) ante la opinión pública. Por tanto, podemos concluir que para los medios el público, las audiencias, no son más que consumidores: un nutrido grupo de personas dispuestas a consumir un producto, en este caso el mediático.

La demostración que viene a corroborar el concepto que los medios tienen de sus audiencias es el poco caso que les hacen. En lugar de contar con ellas para descubrir mejores productos, tenerlas en cuenta a la hora de hacer las programaciones y crear verdaderos canales de participación, se las margina, en el mejor de los casos, cuando no se las ignora. En la actualidad, en la relación existente entre público y medios, en lugar de ser una relación bidireccional-horizontal (de igual a igual), lo que tenemos es una relación unidireccional, vertical y asimétrica “en la que el público desconoce al emisor –su identidad, sus técnicas, sus criterios, sus valores, etc.- y éste ignora a aquel –sus necesidades, sus demandas, sus derechos, etc.-” (Aznar, 2011: 214).

Yanes Mesa (2009) establece una relación de derechos y responsabilidades de los individuos en la sociedad democrática. Dada que la existencia de la libertad de expresión se concreta en cuatro derechos de la persona: derecho a recibir información veraz, actual y objetiva; derecho a acceder a una información plural; derecho a participar en las empresas informativas; y derecho a promover la información por sí mismo; estos conllevan, a su vez, otras tantas responsabilidades que el individuo debe ejercer: elegir los medios que considere adecuados, difundir su opinión personal y contrastarla con la de los demás ciudadanos, utilizar los contenidos de los medios de forma crítica, y reaccionar adecuadamente ante informaciones manipuladas o falsas. En cambio, la realidad nos demuestra que en la mayoría de las ocasiones existen serias dificultades para su cumplimiento, y no tanto por parte de los ciudadanos como de los medios. Esto es así porque, como revela Aznar, “entre los empresarios de la comunicación todavía son mayoría los que consideran los medios como propiedad

exclusivamente suya: el público debe limitarse a decidir si adquiere o no el producto, pero no puede exigir nada más y menos aún pretender participar” (2011: 212).

Sin embargo, desde que la cultura consumerista se ha generalizado en nuestras sociedades, nadie duda de que los consumidores tienen ciertos derechos básicos que cualquier productor o proveedor debe respetar. De forma que, si en cualquier actividad económica se tiene hoy en cuenta a los consumidores, el ámbito de la comunicación no debe ser una excepción. Hay que recordar que, al contrario de lo que muchos empresarios y profesionales pueden creer, “que el público pueda participar en un medio no significa que éste vaya a *usurpar* el papel que le corresponde al empresario” (Aznar, 2011: 212). El interés del público por ejercer un papel más activo en relación con los medios no debe ser visto desde ellos como una injerencia externa, más bien deben ser considerados “como el intento legítimo de recuperar la posición que le corresponde” (*id.*: 216). La participación del público es un derecho recogido en la Declaración Universal de Derechos Humanos (art. 19), “que se realiza plenamente en la triple fórmula de derecho a informar, a informarse y a ser informado. Y que se convierte en una precondition del ejercicio activo de la ciudadanía, gracias a la participación que le permite el disponer de información verdadera, plural, etc.; y a las libertades complementarias de opinión, crítica y expresión” (*id.*: 216)⁵⁶.

Para Bel, Corredoira y Cousido (1992), la participación de la sociedad es un derecho democrático de las sociedades avanzadas que el Estado debe fomentar y preservar obligado por el derecho que los ciudadanos tienen a estar correctamente informados, tal como garantiza el derecho a la información en su doble dimensión, por ser derecho positivo y también

⁵⁶ Ya hemos expresado en páginas anteriores que el derecho a la información es un derecho humano, por ser un derecho de las personas (Desantres, 1973; Soria, 1991b; Bel Mallen, 1991; Farias, 1991; Yanes, 2009), lo cual implica un papel del público más activo en el proceso comunicativo, pues hay que recordar que los medios (empresas y profesionales) “actúan no sólo en virtud de su derecho a la libertad de expresión, sino también en virtud de la delegación tácita en ellos del derecho a la información del público” (Aznar, 2011: 217).

derecho natural:

La sociedad, en la persona de sus miembros [las audiencias], tiene derecho a la verdad, a que los poderes públicos informen, a que los profesionales de la información desarrollen la función de informar, investigando y difundiendo, a que la información sea completa, objetiva y auténtica, permitiendo la participación (Bel, Corredoira y Cousido 1992: 66).

Pero la realidad es muy distinta. Hoy en día las audiencias tienen pocas oportunidades para hacerse oír, tal vez alguna sección en los periódicos y revistas o algunos minutos en los audiovisuales a través de algún *avezado defensor* que recoja los pareceres y opiniones, pero poco más. Otras veces se intenta vender como participación de las audiencias lo que en realidad no son más que meros testimonios de oyentes y telespectadores sobre una determinada cuestión y siempre bajo el filtro de los responsables de los programas que son quienes deciden qué se dice, cómo se dice y cuándo se dice.

En cambio, si lo que de verdad queremos es conseguir una verdadera opinión pública, un público autónomo, que sea tenido en cuenta por los medios, deberemos exigirlo a través de plataformas cívicas de ciudadanos, de asociaciones fuertes de usuarios y consumidores, y de instituciones comprometidas con la autorregulación (Asociaciones y Colegios de Periodistas, Universidades, Consejos de Prensa, etc.) para que ese compromiso sea real y efectivo. De la misma manera que los códigos deontológicos deben recoger los derechos y obligaciones de los profesionales, también es necesario, por justo, que se haga lo mismo con las audiencias. No podemos hacer un trípode con dos patas y, por tanto, al papel de los profesionales y las empresas, deberemos añadir el del público.

Conseguir una opinión pública plural y crítica, comprometida con la vida democrática y con la libertad solo será posible a través de una ciudadanía suficientemente madura. Y para ello, es preciso unos medios de comunicación

que tengan en cuenta al público, que estén presentes en su toma de decisiones y sean considerados como interlocutores válidos porque son quienes conforman la opinión pública. Incorporarlos a la estructura comunicativa, es una exigencia ética (Conill, 2004). Pero, además, si de verdad el objetivo último de la autorregulación es mejorar los contenidos y las ofertas que los medios ofrecen a las audiencias, qué mejor que la contribución del público mediante su participación y su compromiso (Aznar, 2011).

CAPÍTULO V

LA VIRTUALIDAD DE LA DEONTOLOGÍA PROFESIONAL DEL PERIODISMO

5.1. Los Códigos Deontológicos del Periodismo

El instrumento normativo mediante el cual se plasman los deberes profesionales y se materializan las conductas éticas de la actividad periodística es mediante los códigos deontológicos. En ellos se “abstraen los valores éticos voluntariamente aceptados por un gremio profesional y los transforma en reglas de conducta obligatorias para los sujetos a ese ordenamiento deontológico” (Villanueva, 2000: 17). Son, en opinión de Bel, recogiendo palabras de Loeffler, los principios esenciales de una conducta correcta y leal de los periodistas (1991: 116) Y para Desantes, los códigos “ocupan un lugar intermedio entre la norma ética, que solamente obliga en conciencia, y la disposición legal, que contiene una norma positivizadora (la establecida y sancionada por el Estado)” Porque, aunque los deontológicos carecen de fuerza coactiva, sin embargo, permiten una apreciación mucho más sutil de las faltas éticas que las meras normas disciplinarias, sean administrativas o penales (1973: 212-213).

Hugo Aznar los define como el instrumento que reconoce y proclama públicamente los contenidos éticos de la actividad informativa, contribuyendo a precisar sus obligaciones, sus bienes y sus valores (1999). Son documentos que recogen un conjunto más o menos amplio de criterios, normas y valores que formulan y asumen quienes llevan a cabo la actividad informativa (2011). A través de ellos, la ética contribuye a fortalecer el papel de los medios en la sociedad y a reconocer las obligaciones y las responsabilidades de quienes forman parte de la actividad informativa.

Entre las funciones más importantes que cumplen los códigos deontológicos Aznar destaca (2011: 52-57):

- Reconocimiento público de la dimensión ética de la profesión.
- Establece contenidos morales concretos: las normas y obligaciones que deben guiar la actividad.
- Ayudan a defender los criterios morales de la profesión frente a las presiones externas.
- Dan a conocer el compromiso del ejercicio de la actividad de acuerdo con pautas y criterios morales.
- Frenan posibles injerencias externas de regulación de la actividad, sobre todo del poder político.
- Permite discriminar entre quienes trabajan verdaderamente por los bienes y fines propios de la profesión y quienes sólo la utilizan para obtener un rendimiento económico.
- Facilita a la sociedad criterios acerca de lo que puede esperar y exigir de los periodistas.

5.1.1 La contribución de los Códigos Deontológicos a la excelencia profesional

La función esencial que los códigos desempeñan en el ámbito de la información es su contribución a mejorar los niveles de calidad de los contenidos periodísticos y, por extensión, de la actividad de los medios. Si consideramos, junto a Desantes, que una de las cuestiones más importantes que todo informador ha de tener en cuenta es que la profesión periodística es una profesión básica en una verdadera democracia, porque el sistema democrático exige información, y conocer bien los datos de la realidad constituye el fin de la información (1973); “conseguir comunicar algo, aunque fuera verdadero e interesante, pero utilizando artimañas técnicamente improcedentes o éticamente incorrectas (...) hiere indefectiblemente a la

operación informativa (...) La excelencia del proceso informativo ha de ser completa, tanto en la veracidad de sus contenidos, como en la forma de conseguirlos”(2004: 59 y 62). Lo que equivale a decir que la aplicación de los contenidos deontológicos llevará al periodista a esa *excelencia* que se ha de buscar en el ejercicio de la profesión.

Si, por otra parte, tal como apuntan las autoras de *El valor agregado periodístico, herramienta para el periodismo de calidad* (García, Bezunarte y Rodríguez, 2013), los medios de comunicación están perdiendo credibilidad debido a que “la calidad de la información periodística está socialmente cuestionada” (p.39) es más que conveniente reivindicar el papel de los códigos deontológicos “para garantizar que la información que reciben los individuos sea lo más veraz, completa, exacta y equilibrada posible” (Villanueva, 2000: 29). Porque sólo de esa manera podremos recuperar la credibilidad de los medios en la sociedad. Hay que tener en cuenta, siguiendo a Parreño, que los ciudadanos tienen el derecho democrático a ser informados de forma rigurosa y “con criterios de calidad excelente” (2013: 105). Y estos documentos “giran en torno a aspectos procedimentales para cumplir con su cometido esencial: informar a la sociedad en forma cualificada” (Villanueva, 2000: 28).

Vicent Gozávez y J. Félix Lozano, después de haber estudiado la autonomía profesional desde la ética de los medios, han llegado a la conclusión de que los códigos deontológicos persiguen unas funciones que son regulativas e ideológicas. La función regulativa sería aquella que evita el conflicto entre moralidad y el interés propio del profesional, lo legitima dentro de la actividad y se adhiere a él. La función ideológica se basa en la identificación de las ideas que los profesionales tienen sobre la actividad que realizan y en las actitudes necesarias para ser un *profesional excelente*. Un código deontológico “bien elaborado, difundido y revisado es un buen mecanismo para el desarrollo de la excelencia profesional”. Sin embargo, para que estos sean eficaces deberán “completarse con una formación ética que ayude a los

profesionales de los medios a reconocer sus metas internas y los modos legítimos para conseguir las” (2004: 72).

Para Hugo Aznar, el motivo de que en los últimos años los medios estén adoptando códigos deontológicos, tiene por objeto mejorar su credibilidad y su labor diaria para poder ofrecer un producto de calidad a un mercado cada vez más saturado y, sobre todo, más cualificado y exigente. Las empresas lo que buscan conseguir a través de los códigos es mejorar el prestigio y la calidad de sus medios (2011). Por eso, Aznar cree fundamental que los profesionales deban conocer bien los aspectos valorativos y normativos de la actividad comunicativa, porque los contenidos éticos, recogidos en los códigos deontológicos, “deben entrar en el proceso productivo de los medios gracias a los periodistas, mediante su cualificación y preparación teórica y su compromiso y experiencia prácticas” (2004). Ellos son, por tanto, los sujetos cualificados de la actividad comunicativa y están obligados a conocer cosas como “la importancia creciente de los medios en nuestras sociedades, los peligros de su uso propagandístico (...) la influencia de determinados titulares” (2004). Razones más que suficientes como para considerar que un buen empleo de los códigos deontológicos conseguirá unos estándares óptimos de excelencia profesional.

5.1.2 El desvanecimiento de la deontología en el ejercicio de la profesión

La aportación de estos autores saca a colación un aspecto algo controvertido que sugiere un análisis más detallado. Se trata de la cualificación ética de los profesionales. Aznar (2004) destaca que los periodistas, tanto en cuanto han pasado una formación universitaria *ex profeso*, son quienes mejor capacitados están para poner en marcha y vigilar los códigos deontológicos. Defiende la tesis de que en las Facultades de Ciencias de la Información o Comunicación Audiovisual se imparten asignaturas de ética periodística y,

también, de forma transversal se introducen sus contenidos en otras materias. Por tanto, es lógico pensar que, si los futuros profesionales tienen en sus programas académicos materia que les habla de los valores éticos y de su importancia en la deontología profesional, con la llegada al mundo laboral van a poner en práctica todo aquello que durante años han estudiado. En cambio, la realidad nos demuestra que no es así, que cuando llegan a las redacciones, en lugar de aportar la teoría acumulada en los libros, se contagian de los vicios de sus compañeros veteranos. De nada sirven los contenidos que durante tiempo han acumulado hablando de los valores éticos, de las buenas prácticas profesionales o de la importancia que la ética deontológica tiene en el ejercicio periodístico. La eficacia última de los códigos éticos depende en gran medida del compromiso efectivo de los profesionales, pero si ellos son los primeros en dudar de su eficacia, si realmente no se lo creen y no se esfuerzan por implantarlos, entonces esos mismos profesionales están contribuyendo a que realmente sirvan de poco.

Pero ¿cuáles son las razones por las que los futuros profesionales de los medios no introducen los contenidos éticos, aunque sea a dosis, que han aprendido en las Universidades? Algunas de ellas tienen que ver con la resistencia de quienes llevan en el ejercicio mucho tiempo y son reacios a los nuevos aires; otras, tienen que ver más con la pereza de los recién llegados, que se dejan llevar los hábitos establecidos en lugar de esforzarse por cambiarlos. Según las experiencias que ha ido recogiendo el profesor Aznar, una de las razones es la opinión negativa de los periodistas más veteranos, quienes afirman que los códigos éticos no sirven para nada. Cuando “los más jóvenes escuchan esto, no nos debe extrañar que se refuerce su falta de interés o su escasa confianza en la utilidad de estas iniciativas” (2004)

Otro motivo que se repite en bastantes ocasiones es la tendencia a valorar por encima de todo las reglas de tipo técnico y las habilidades de carácter tecnológico. “Muchos estudiantes –en correspondencia con esta

mentalidad de la sociedad a la que tratan de incorporarse- consideran que para ejercer una determinada profesión es suficiente con este tipo de conocimientos técnicos” (Aznar: 2004) En este sentido, cabe destacar la aportación de Cortina a propósito de tanta sociedad del conocimiento tecnológico y tanta robotización. La autora viene a explicar en *Ética aplicada y democracia radical* que la ética debe ser tenida como la parte *humanizadora* de los contenidos técnicos, y que como es “imposible construir una sociedad auténticamente democrática contando únicamente con individuos técnica y socialmente diestros” (2001b: 213) precisamos de valores éticos que la complementen y poder hablar así de una verdadera sociedad democrática.

Siguiendo con la última de las razones que Aznar recopila en su artículo, está la cuestión de las prácticas de los estudiantes en las empresas de comunicación. “Con ello adquieren una temprana referencia de la forma en la que se trabaja y actúa en los medios. De ese modo, el estudiante recibe mensajes contradictorios entre lo que se imparte en el aula de la Universidad, por una parte, y las conductas y rutinas de trabajo que observa en las redacciones, por otra”. Y puestos a elegir, se opta por lo que ven en los centros de trabajo. Con lo cual, se produce una singular contradicción entre los estudiantes de las Facultades de Comunicación: en vez de aprender en las aulas cómo deben ser los medios y tratar de cambiarlos, aprenden cómo se actúa en los medios al tiempo que cuestionan lo que se les enseña en las aulas (Aznar, 2004). Así se explica por qué parte de los estudiantes y jóvenes periodistas, que son los mejor formados de la historia de la comunicación, no logran cambiar los *vicios* de quienes les precedieron en las redacciones por las *virtudes* de quienes les enseñaron en la Universidad.

5.1.3 Documentos deontológicos del periodismo

En la actualidad existe un número importante de documentos que ayudan a la concienciación de los profesionales de la comunicación y que les sirven de guía en el devenir cotidiano. Por ejemplo, los *Libros de Estilo* de

segunda generación y los *Estatutos de Redacción*, recogen principios de carácter ético con los que se pretende guiar el comportamiento profesional de quienes desempeñan la tarea de informar en el seno de un determinado medio.

Los primeros contienen fundamentalmente las normas formales o técnicas, de estilo y de redacción cuya finalidad es evitar errores y unificar el estilo del medio de que se trate (López Mañero, 2000); aunque con el tiempo se están incluyendo aspectos normativos “que hacen ética y deontológicamente correcta la elaboración y difusión de una noticia” (Aznar, 2011: 126). Los segundos son documentos que representan un pacto privado entre la empresa, la dirección y la redacción de un medio concreto. Tiene como finalidad regular las relaciones profesionales y fijar las responsabilidades que competen a cada uno (López Mañero: 2000).

Tanto unos como otros son documentos dirigidos a los profesionales que desempeñan su tarea en un medio concreto. Sin embargo existen otros, como los códigos deontológicos, que buscan ser aceptados por el mayor número de periodistas y medios, con independencia de la empresa en la que trabajan. En España existen varios, aunque por su representatividad destacan el *Código Deontológico de la FAPE* y el *Código Deontológico del Colegio de Periodistas de Cataluña*. Sus documentos recogen los criterios y normas éticas esenciales de la profesión y constituyen la fuente clásica y más frecuente de autocontrol. “A diferencia de los códigos de conducta que a veces regulan los aspectos más formales, concretos y superficiales de un determinado ejercicio laboral (como hábitos de trabajo, trato hacia el cliente, indumentaria, horarios, etc.), los códigos deontológicos abordan los aspectos más sustanciales y fundamentales de un ejercicio profesional, es decir, aquellos que conforman o entrañan su específica dimensión ética” (Aznar, 2001: 31)

Aunque cada vez están apareciendo más códigos deontológicos internos, dirigidos a los empleados del medio concreto que lo adopta, la generalidad es que los códigos deontológicos vayan dirigidos a todos los

profesionales del sector, con independencia de la empresa a la que pertenecen o el tipo de medio en que trabajan. Tradicionalmente este tipo de documentos son redactados y aprobados por colectivos profesionales lo suficientemente importantes como para representar a un amplio sector de la profesión. En el caso español, tanto la FAPE como el Colegio de Periodistas de Cataluña recogen el sentir y el compromiso de la mayoría de los profesionales. No obstante, el hecho de que en los últimos años se esté notando una proliferación de códigos deontológicos no hacen más que aventurar un optimismo hacia el futuro, que “en principio no parece inconveniente (...) pues todos contribuyen al objetivo común de mejorar éticamente la comunicación” (Aznar, 2011: 46). Sin embargo, tampoco sería desventurado advertir del riesgo que “una excesiva dispersión termine restando eficacia a cada uno de estos códigos” (*id.*: 47).

5.2. Recorrido de los Códigos Deontológicos en el mundo

Los primeros indicios sobre códigos deontológicos datan de finales del siglo XIX y principios del XX. Son documentos que recogen las normas y conductas éticas de la prensa de la época y que hasta la II Guerra Mundial irán apareciendo a cuentagotas en Estados Unidos y en menor medida en Europa. Tras la contienda bélica comenzarán a proliferar por países de varios continentes hasta su eclosión en Europa, en la década de 1990, coincidiendo con la caída del Muro de Berlín y la aparición de nuevos Estados hasta entonces subyugados a la órbita de la Unión Soviética.

Existe un amplio consenso entre los estudiosos de que el primer antecedente de lo más parecido a un código deontológico, por su formato y contenido, apareció en el *Public Occurrences Both Foreign and Domestic*, publicado en Boston el 25 de septiembre de 1690. Se trata del *Credo de Benjamin Harris*, que tiene grandes coincidencias y similitudes con los códigos modernos. La gran mayoría de los códigos adoptados hoy por los medios de comunicación

tienen semejanzas muy marcadas con el primer código de Harris, puesto que anticipa y hace públicas las obligaciones del medio y su compromiso con los lectores (Aznar, 2011 y Barroso, 1991b).

Como primer código ético *efectivo* del periodismo se considera el de la Asociación de Editores de Kansas, *The Practice of the Kansas Code of Ethics for Newspaper*, publicado en 1910⁵⁷. A éste pronto les seguirán otros en diferentes estados de EE.UU. (Aznar, 2011: 34-35):

- 1913. Se publica el “Credo de la Prensa Industrial” de la mano de la Federación de Asociaciones del Gremio de la Prensa de EE.UU., orientado a mejorar los estándares éticos de la prensa americana.
- 1921. Aparece la “Declaración de principios y Código de prácticas de Missouri”, promovido por la Asociación de la Prensa de Columbia (Missouri).
- 1922. Se edita el “Código de ética del periodismo de Oregón” de la Conferencia de Periódicos de Oregón, en cuya introducción aparecen varias consideraciones de tipo filosófico, poco habituales en este tipo de documentos.
- 1923. Nace el famoso código “Cánones del Periodismo” de la recién creada ASNE (Sociedad Americana de Editores de Periódicos) Este código llegará a ser uno de los más conocidos e influyentes, vigente hasta 1975, año en que pasó a denominarse Declaración de Principios de la ASNE.
- 1926. Se publica la primera versión del prestigioso “SPJ, Código de Ética” de la mano de la Sociedad de Periodistas Profesionales Sigma Delta Chi. Fue el primer el código norteamericano promovido por periodistas y hoy en día continúa siendo el más prestigioso entre los profesionales de ese país.

⁵⁷ Barroso (1991a) considera que el primer código escrito conocido se publicó en Suecia en 1900, y, por tanto, para este autor, el de Kansas sería el segundo.

Por lo que se refiere a Europa, el primer código fue el *Charte des devoirs professionnels des journalistes français*, del Sindicato Nacional de Periodistas de Francia, editado en 1918. A partir de esa fecha aparecerán el de Suecia, en 1923; Finlandia, en 1924 y, algo más tarde, el de Noruega, en 1936 (Aznar, 2011: 35). Tras la II Guerra Mundial, la aparición de nuevos códigos deontológicos se va extendiendo por todo el mundo. En poco menos de 35 años, se suman más de medio centenar de países (Barroso, 1991a: 199-202). En 1945 Jamaica se suma a la lista de países que dispondrá de su primer código ético de periodismo. A partir de esa fecha se suceden: Japón e Israel⁵⁸ (1946); Bélgica y Polonia (1952); Liberia⁵⁹ (1952); Nicaragua, Italia y Alemania⁶⁰ (1957); Israel⁶¹ y Alemania⁶² (1958); Nueva Zelanda (1959); Nigeria y Turquía (1960); Canadá, Mali y Corea del Sur (1961); Chile, Pakistán y Reino Unido (1963); Irán, Líbano y Yugoslavia (1965); Indonesia (1968); África del Sur (Sudáfrica) y Brasil (1969); Antioquía, Nigeria y Tanzania (1970); Australia, Grecia y Venezuela (1971); Egipto, Suiza y Unión Soviética (1972); Costa Rica, Irlanda, Filipinas, Sri Lanka y Ucrania⁶³ (1973); Guayana, Hungría, India y Rumanía (1974⁶⁴); Finlandia, Venezuela y Portugal (1976); Checoslovaquia (1977⁶⁵); Ecuador (1978); Panamá (1979) y España⁶⁶ (1980). A partir de finales de esta década, se amplía la nómina de países, sobre todo en Europa, que aprobarán sus códigos deontológicos y otros los irán modificando para adaptarlos a las nuevas circunstancias⁶⁷.

⁵⁸ Consejo Israelita de Prensa.

⁵⁹ Liberia adopta ese año el código de Naciones Unidas.

⁶⁰ Asociación de Editores de la R.F.A.

⁶¹ Asociación de Periodistas de Tel Aviv.

⁶² Consejo Nacional de Prensa Alemana.

⁶³ Ucrania en esa época pertenece a la URSS.

⁶⁴ Ese año también aparecen los códigos de los periódicos *Chicago Sun-Times* y *Daily News* (EE.UU.).

⁶⁵ Ese año aparece el código del periódico *Washington Post* (EE.UU.).

⁶⁶ A pesar de que Barroso señala 1980 como el año en que se aprobó el primer código en España, no existe referencia de a qué código se refiere. Según Aznar (2011 y 1999) los primeros códigos aparecidos en España son el de la revista *Actualidad Económica*, en 1988, y el de la Asociación de Periodistas de Información Económica (APIE), en 1989.

⁶⁷ Para consultar el listado de países, códigos y fechas, es recomendable Aznar (1999) *Ética y Periodismo* y Aznar (2011) *Comunicación responsable. La autorregulación de los medios*.

5.2.1 Códigos deontológicos en España

España ha sido de los últimos países de la Europa occidental en tener sus propios códigos deontológicos de la profesión periodística. Seguramente, la herencia de 40 años de ausencia de libertades sea el motivo por el cual los primeros códigos daten de finales de los ochenta y principios de los noventa. El primero que se aprobó fue el de la Asociación de Periodistas de Información Económica (APIE), en abril de 1989; tres años más tarde será el del Colegio de Periodistas de Catalunya, en octubre de 1992; y un año después lo hace el de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), en noviembre de 1993. No obstante, al mismo tiempo, distintas empresas y grupos de comunicación sacarán adelante códigos deontológicos que, aunque con distintas denominaciones, su finalidad será la misma: la autorregulación del ejercicio profesional. Así, por ejemplo, destacamos el que puede ser el más antiguo de todos, el *Código de ética profesional de Actualidad Económica*, fechado en marzo de 1988; después aparecerá el *Código deontológico* del Grupo Correo, en mayo de 1994; el *Código de ética* de Canal Sur TV, en enero de 1995; el *Código de conducta* de Antena 3 TV, en agosto de 1997 o el *Código deontológico* del Sindicato de Periodistas de Madrid, en marzo de 2000. Estos no son los únicos, pero sí los más representativos (Aznar, 1999 y 2011).

5.2.2 Códigos deontológicos internacionales

En cuanto a los primeros códigos deontológicos internacionales, Barroso revela que a pesar de que la primera idea sobre un código internacional de ética de los medios surgió en Honolulu (EE.UU.) en 1921, durante la Conferencia Internacional de Prensa, sin embargo éste no llegó a cuajar. Por tanto, el primer código supranacional del que se tiene referencia data de 1926 (Barroso, 1991.a: 202-204):

- 1926: Código de la Conferencia Pan-Americana de Prensa, aprobado en Washington (este código será confirmado en 1950 por la Conferencia

Inter-Americana de Prensa por los delegados de EE.UU., Canadá, países de América Latina y las islas del Caribe).

- 1933: Código de la Federación Internacional de Asociaciones de Directores de Periódicos y Publicistas.
- 1936: Código de la Unión Internacional de Asociaciones de la Prensa.
- 1939: Código de la Federación Internacional de Periodistas (FIP)⁶⁸.
- 1942: Código de la Conferencia Nacional y Pan-Americana de la Prensa.
- 1946: Código de la Asociación Internacional Americana de Radiodifusores.
- 1952: Código de las Naciones Unidas (en realidad fue un proyecto de código que no llegó a formalizarse como tal).
- 1955: Código de la IAAB (Inter-American Association of Broadcasters).
- 1961: Código del Instituto Internacional de la Prensa (*“Press Council and Press Codes”*).
- 1970: Código de la Asociación Internacional de Estudios e Investigaciones sobre la Información (AIERI).
- 1972: Código de la Federación Internacional de Periodistas de la Comunidad Europea; Código de la Federación de Periodistas Árabes; Código de la Unión Católica Internacional de Prensa.
- 1978: Declaración de la UNESCO para los Medios de Comunicación (esta Declaración, a pesar de ser un instrumento ético internacional, no

⁶⁸ Tanto Hugo Aznar, como Juan Carlos Suárez Villegas, fechan en 1954 el primer código de la Federación Internacional de Periodistas (FIP) en una reunión celebrada en Burdeos, motivados por las iniciativas que estaba llevando a cabo la Unesco. Puede verse en Suárez Villegas (1999) y Aznar (2011: 37). También destaca Aznar en el mismo libro que en 1954 “la organización profesional de los países de régimen comunista, la Organización Internacional de Periodistas (OIP), adoptó el suyo en su reunión de Praga” (p.37)

opera como un código detallado que guíe la conducta de los comunicadores).

- 1979: Código de la Federación Latino Americana de Periodistas (FELAP).
- 1983: Código deontológico de la UNESCO “Principios Internacionales de Ética Profesional en el Periodismo” (este código se aprobó en París conjuntamente con varias organizaciones internacionales y regionales de periodistas: Organización Internacional de Periodistas (OIP); Federación Internacional de Periodistas (FIJ); Unión Católica Internacional de Prensa (UCIP); Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP); Federación Latinoamericana de Trabajadores de la Prensa (FELATRAP); Federación de Periodistas Árabes (FAJ); Unión de Periodistas Africanos (UJA); y Confederación de Periodistas de la ASEAN (CAJ) Este código, en opinión de Aznar, “es sin duda el intento más consistente y ambiciosos hasta la fecha de crear un código mundial de ética periodística” (2011: 38).

Pero, sin lugar a dudas, uno de los códigos más notable e importante de los últimos años ha sido el Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística, aprobado por el Consejo de Europa en julio de 1993. Como rasgo curioso destacar que el ponente de este código fue el español Manuel Núñez Encabo, catedrático de Filosofía del Derecho y presidente de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE. También es preciso subrayar que fue aprobado por unanimidad.

PARTE II:
ÓRGANOS DE AUTORREGULACIÓN

CAPÍTULO VI

ÓRGANOS DE AUTORREGULACIÓN. LOS CONSEJOS DE PRENSA

6.1. Justificación y necesidad

Si como hemos convenido la mejor regulación del sector es mediante la asunción de una normativa ética en forma de códigos deontológicos, donde cada una de las partes se comprometa a respetar por el bien de la profesión, pero sobre todo por el derecho que tienen los ciudadanos a recibir una información veraz y contrastada, cabe preguntarse si ese compromiso, por el hecho de llegar a él de forma voluntaria, ha de estar vigilado o por el contrario debe dejarse al libre albedrío de quienes tienen la obligación moral de respetarlo.

Puede parecer una contradicción señalar la conveniencia de instaurar unos mecanismos de control y vigilancia sobre quienes de manera voluntaria han asumido el compromiso de hacer suyos los contenidos recogidos en los Códigos Deontológicos del Periodismo. Se supone que al llegar a ellos por iniciativa propia, por convencimiento, nada hay que temer sobre su grado de aceptación y eficacia. Sin embargo, la experiencia demuestra que aun siendo el voluntarismo un rasgo sumamente importante por el cual se llega a la ética profesional, no es razón suficiente como para que dejemos de estar vigilantes. Y dado que “la voluntad humana es débil y de algún modo hay que reforzarla a hacer lo que debe, los códigos de conducta necesitan mecanismos de supervisión y control que, por una vía menos coactiva que la del derecho, obliguen a su cumplimiento” (Camps, 2004a: 240).

De ahí la conveniencia de instaurar unos órganos de control que velen por la eficacia de la autorregulación profesional. Unos órganos con prestigio y autoridad suficientes como para juzgar las malas prácticas y establecer las

sanciones morales cuando procedan. Que sean independientes y autónomos, tanto de los actores que intervienen en el proceso informativo como del resto de los poderes públicos y privados (sobre todo el poder político y el económico). Y en ese contexto, quien mejor representa ese papel son los Consejos de Prensa, también llamados de la Información.

6.1.1 Los Consejos de Prensa

Los Consejos de Prensa o de Información son los órganos de autorregulación por excelencia. Se trata de agrupaciones privadas cuyo objetivo es contribuir a elevar el nivel ético de la profesión y vigilar los contenidos y las prácticas periodísticas desde dentro del sector. A juicio de Carrillo, su creación responde a un doble objetivo: “de una parte, a la necesidad de establecer mecanismos de control para preservar a la libertad de prensa de los ataques a su integridad procedentes de los poderes públicos, de las propias empresas editoras o de cualquiera otras relacionadas con el mundo periodístico; y de otra, del convencimiento de que la prensa precisa de un cierto código deontológico de actuación o, más exactamente, de instrumentos de autocontrol que faciliten una concepción libre, integral y ética de la función de informar” (Carrillo, 1986: 81). Son pues los encargados de proteger de los ataques externos al sector, pero fundamentalmente los garantes de que se cumplan las normas éticas del periodismo. Porque, si los códigos deontológicos, tal como precisa Aznar, son los que hacen públicas las normas que deben regir la actividad de los medios, la labor de los Consejos “consiste por su parte en juzgar públicamente y en casos concretos si esa actividad se ajusta o no a dichas normas, dotándolas así de mayor efectividad y concreción” (Aznar, 2011: 261).

Se trata pues, por decirlo con Soria, de “una magistratura de carácter moral” (1991a: 101), pues a través de ellos tomamos el pulso de los medios en materia deontológica comprobando, mediante el seguimiento de sus

actuaciones, su grado de cumplimiento y previniendo acciones futuras. Por ello, siguiendo a Aznar:

Si se han proclamado los criterios éticos y deontológicos de la comunicación y se han establecido las condiciones para su cumplimiento, entonces sólo resta examinar, juzgar y poner en conocimiento de la opinión pública aquellos casos en los que no se produzca ese cumplimiento. Esa función debe permitir denunciar las faltas y corregir los errores, evitando así en lo posible que se vuelva a repetir en el futuro (Aznar 1999: 44).

Y ese papel quien mejor lo desarrolla son los Consejos de Prensa. Ahora bien, su verdadera eficacia vendrá determinada por la concurrencia de cuatro condiciones básicas (Soria, 1991):

- Un clima efectivo de libertad pública, porque donde no existe libertad los Consejos de Prensa no son más que órganos de control de la información.
- Independencia de cualquier autoridad política, compuestos por representantes del público, empresarios y periodistas con reconocido prestigio.
- Un clima social y profesional que valore adecuadamente la importancia de los juicios morales.
- Tener asegurada su financiación y funcionamiento económico, independiente del Gobierno.

6.1.2 Diferencias con los Tribunales de Justicia

El hecho de que su funcionamiento se base en actuar sobre aquellos contenidos que puedan haber vulnerado preceptos deontológicos, los sitúa en una esfera distinta a los tribunales de justicia. Porque mientras los Juzgados únicamente se centran en el derecho, en el caso de los Consejos de Prensa lo hacen sobre la ética. Cuestiones como la dilación de los procesos judiciales, el

elevado coste de los procesos o la lentitud de las causas limitan la eficacia del derecho. En cambio, los órganos de autorregulación permiten resolver de modo más rápido, a menor coste y de forma más inmediata la reparación moral por el daño producido a los afectados por la actividad mediática (Aznar, 2010: 86). Pues al evaluar solamente acciones deontológicas de los medios sobre un código aceptado voluntariamente por los actores de la comunicación, sus dictámenes son siempre más rápidos y más económicos que los tribunales (Desantes, 1973). Además, si tenemos en cuenta que el derecho siempre actúa a *posteriori* de una acción y la ética lo hace a *priori*, su capacidad preventiva es siempre mayor.

Al carecer de la fuerza coercitiva del derecho, su autoridad moral dependerá de la confianza que sean capaces de transmitir a la sociedad. Y para ello, los Consejos de Prensa deberán actuar con diligencia, rigor y transparencia, abiertos a la participación de ciudadanos y agentes sociales ajenos a la órbita mediática que permita disipar cualquier sospecha de corporativismo (Rodríguez Borjes, 2010). Es decir, su autoridad dependerá del prestigio e independencia que sean capaces de demostrar a la sociedad, puesto que al ser un mecanismo de autorregulación, cuyo objetivo es el de controlar la labor de los medios desde dentro (autocontrol), como alternativa a la vía judicial, si carecen de prestigio se convierten en incompetentes y si no gozan de independencia no podrán ser justos en sus resoluciones. O dicho de otra manera, sin prestigio no existe independencia y sin ésta no se consigue el prestigio. Conceptos necesarios para alcanzar credibilidad y crédito ante la opinión pública.

La forma de actuar de los Consejos se basa en estudiar las reclamaciones que les llegan por los afectados o que ellos detectan, hacer las comprobaciones pertinentes y dictaminar sus acuerdos indicando la vulneración deontológica del medio, si la hubiera. Y aunque no tienen poder coercitivo, y por tanto no castiga económicamente, su fuerza radica en la

divulgación de sus resoluciones y la recriminación moral por los efectos negativos de la infracción cometida. Este tipo de sanciones en algunos países es más temida por las propias empresas y profesionales que la imposición de una multa, ya que la publicidad de la sanción, así como el órgano que la dicta, deja en evidencia, ante el público en general y entre la profesión en particular, al medio y al periodista⁶⁹ (Carrillo, 1986).

6.1.3 Eficacia y compromiso

La efectividad de este tipo de órganos, al ser de autorregulación, radica en el compromiso que tanto las empresas, como los profesionales y el público estén dispuestos a asumir y a demostrar. La única garantía de éxito vendrá determinada por las ganas que el propio sector tenga de regularse por sí mismo, bien sea por convicción o por la necesidad de evitar que sean otros quienes lo hagan desde fuera (Bel, 1991). No siempre la adhesión es consecuencia del convencimiento ético, a veces se llega para bloquear la posibilidad de que los gobiernos intervengan el sector a base de legislación (López Mañero, 2000). A muchos empresarios y profesionales les mueve más el temor de un heterocontrol que el de un verdadero autocontrol. No obstante, sea como fuere, lo importante es que se acepte y se respete la figura de los Consejos de Prensa y que estos se institucionalicen como órganos supremos autorreguladores.

Para conseguirlo los Consejos deberán aglutinar a cuantos más medios mejor, de modo que se conviertan en un referente respetado tanto por la profesión como por los ciudadanos. Es importante que empresas y profesionales estén comprometidos y los acepten como órganos soberanos de la ética de la comunicación, que se comprometan en su financiación y que acepten sus resoluciones aun cuando éstas sean críticas. Demostrar que los medios se someten a los criterios de los Consejos de Prensa es demostrar a la

⁶⁹ En Suecia, por ejemplo, “se considera preferible una condena judicial a la advertencia pública que el Consejo pueda realizar sobre la actividad informativa de un periódico” (Carrillo, 1986: 90).

opinión pública que aceptan y defienden la deontología y las buenas prácticas profesionales, es demostrar a los ciudadanos el respeto que merecen como público consumidor de contenidos mediáticos y, sobre todo, es demostrar a la sociedad que trabajan para garantizar el verdadero derecho a la información. Sólo bajo esa perspectiva se podrá alcanzar la regulación a través de “un máximo ético y un mínimo jurídico”, por utilizar la acertada expresión de Núñez Encabo (Molina, 2011: 9).

Y lo mismo sucede con el público. Su contribución es fundamental, pues no cabría hablar de Consejos de Prensa eficaces sin la implicación activa de quienes son los destinatarios de los contenidos periodísticos. El público debe ejercer su capacidad para denunciar prácticas y contenidos inadecuados, discriminar a los medios y profesionales que las cometen y exigir la rectificación de aquello que se vulneró. Y hacerlo de forma activa. Su fuerza puede suponer que muchos medios se planteen la posibilidad de no quedarse fuera de la autorregulación para no ser estigmatizados o castigados por el público consumidor.

6.1.4 Composición y financiación

El prestigio se alcanza contando con personas prestigiosas y la independencia se logra mediante la autosuficiencia económica. Y ambos conceptos (prestigio e independencia) son requisitos para el buen funcionamiento de los Consejos de Prensa. Respecto a su composición, Aznar (2011) señala que existe bastante coincidencia en que una parte de los miembros de los Consejos no debe pertenecer al sector de la comunicación. A juzgar por las experiencias que el tiempo ha proporcionado sobre los distintos Consejos de Prensa en el mundo, lo más acertado es contar entre sus componentes con personas no vinculadas a ningún medio, pero de reconocido prestigio en el ámbito del derecho, la ética, el periodismo, la universidad... Y que junto a representantes de las empresas y los

profesionales sean quienes instruyan las quejas de los afectados. En ese sentido destaca el estudio publicado por Maciá y Herrera (2010). En él, la mayoría de los profesionales entrevistados opinan que un Consejo de Autorregulación “debería ser gestionado por grandes sabios, que gozaran del consenso de los profesionales en cuanto a su saber hacer, de forma que sus dictámenes fueran respetados” (p. 100).

Si, como hemos apuntado más arriba, el público debe ser una parte activa de los Consejos, es evidente que su representatividad tiene que ser lo suficientemente importante, tanto para dar una imagen de imparcialidad, como para alejar cualquier sospecha de corporativismo. Además, es una buena oportunidad para crear una conciencia social más comprometida con la autorregulación. A este respecto, parece lógico que “si es la sociedad la que debe juzgar la actividad de los medios, entonces debe estar representada en el consejo, haciéndolo más sensible y receptivo a sus reclamaciones” (Aznar, 2011: 290). Además, al ser personas sin vínculo alguno con empresas del sector, también pueden contribuir para evitar cualquier tipo de influencia o control de determinados grupos o medios de comunicación poderosos.

La cuestión económica es el otro aspecto que debe prevalecer para el buen funcionamiento de los Consejos de Prensa. No hay que olvidar que para ser independiente es necesario no depender de nadie en concreto. En el caso de los Consejos, al ser instituciones totalmente privadas se financian a través de las aportaciones que realizan las empresas de comunicación y las asociaciones profesionales que lo integran. Lo que significa que cuanto más asociados tengan mayores serán los fondos que reciban⁷⁰. No obstante, otras fuentes de ingresos son las que proceden de subvenciones que algunas Administraciones Públicas conceden, y la colaboración de entidades relacionadas con los medios: organizaciones profesionales, agencias de publicidad, etc.

⁷⁰ Así sucede, por ejemplo, con los Consejos de Prensa de Gran Bretaña, Japón o Alemania (Aznar, 2011: 298).

Tener autosuficiencia económica permite que las instituciones puedan ser de verdad independientes y en el caso de los Consejos de Prensa, más que una aspiración, es un requisito sin el cual perderían todo valor y crédito. Por eso, tan importante es una cosa (prestigio) como la otra (independencia).

6.2 Consejos de Prensa en Europa

Tal como apunta Marc Carrillo, las características esenciales de los Consejos de Prensa suelen definirse por el “carácter no coercitivo de sus decisiones, el libre consentimiento de empresas editoras y periodistas a los fallos que emitan y, por la doble función de control respecto de los abusos cometidos por la prensa y contra la prensa” (Carrillo, 1986: 86). Ése es el espíritu y así lo ha entendido también el Consejo de Europa que defiende y promueve la creación de “organismos o mecanismos de autocontrol”⁷¹ en el Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística, aprobado por el Consejo de Europa el 1 de julio de 1993⁷².

Según explica Núñez Encabo (2006), desde Europa se defiende el papel autorregulador de los Consejos de Prensa porque es el mejor modelo para garantizar de forma simultánea los derechos fundamentales que tanto emisores como receptores tienen respecto a la información, siempre y cuando se cumplan los tres requisitos señalados en el Código Europeo. El primero de ellos tiene que ver con la consideración de que toda labor informativa debe obedecer a una ética deontológica (una ética pública y no privada) y en consecuencia con la responsabilidad de los emisores de la información, no sólo ante su propia conciencia, sino ante el resto de ciudadanos a quien les asiste el derecho a recibir información veraz, contrastada, plural y ética. El segundo, como consecuencia del anterior, radica en la creación de órganos de

⁷¹ Art. 37 “Para la vigilancia del cumplimiento de estos principios deontológicos, deben crearse organismos o mecanismos de autocontrol, integrados por editores, periodistas y asociaciones de ciudadanos de la comunicación, representantes de la universidad y de los jueces, que emitirán Resoluciones sobre el cumplimiento de los preceptos deontológicos en el periodismo, con el compromiso previamente asumido por los medios de comunicación de publicar tales resoluciones”

⁷² También conocido como la Resolución 1.003 sobre ética del periodismo

autocontrol, independientes de los propios medios, que sirvan para garantizar el cumplimiento ético de los procesos informativos (y aquí se incluye tanto los contenidos como la forma de conseguir la información). Y el tercero, es el que hace referencia a las consecuencias de los infractores. Todo órgano juzgador, para ser efectivo, debe tener potestad sancionadora; una sanción que consiste en asumir las consecuencias del incumplimiento acatando las resoluciones de los propios órganos independientes.

Al recoger estos tres preceptos en que se inspira el autocontrol deontológico del Código Europeo, se consigue simultáneamente garantizar tanto el derecho a la libertad de expresión de los medios de comunicación como el derecho a la información de los ciudadanos. Y es así como se regula a través de un máximo ético y un mínimo jurídico los contenidos y las prácticas de los medios⁷³.

En Europa, a decir por Núñez Encabo (2006), la mayoría de los Consejos de Prensa nacieron o se renovaron en la década de 1990 impulsados por la Resolución 1.003 del Consejo de Europa sobre ética periodística⁷⁴. Sin embargo algunos de ellos vienen de bastante antes. Son los que de alguna manera han servido de marco referencial sobre el resto. Éste es un breve recorrido por los Consejos más antiguos⁷⁵:

- Consejo de Prensa sueco (*Press Ombudsman*): es el más antiguo de los que se conocen en todo el mundo. Se creó en 1916 a iniciativa de los editores y periodistas suecos. En 1969 se revitaliza con la creación de la figura del *Ombudsman*, persona encargada de recibir y evaluar en una primera instancia las quejas de los lectores para luego trasladarlas al Consejo. Su nombre todavía se sigue utilizando, sobre todo en la prensa, para denominar al defensor del lector.

⁷³ Núñez Encabo hace una magnífica exposición al respecto en “Los orígenes del Código Deontológico de la FAPE” en *Cuadernos de Periodistas*, nº 6, abril de 2006.

⁷⁴ Esta Resolución fue aprobada el 1 de julio de 1993.

⁷⁵ Para obtener una extensa información sobre los Consejos de Prensa más importantes: Aznar (2011, Cap. VII).

- Consejo de Prensa británico (*Press Complaints Commission*): aunque la PCC como tal es de 1991, sus antecedentes se remontan a mediados de los años cuarenta, con la creación de la primera Comisión Real sobre la Prensa. Desde entonces y hasta nuestros días, el Reino Unido es el país que más veces ha actualizado su Consejo de Prensa⁷⁶ ante la amenaza gubernamental de imponer leyes sobre la prensa. Está considerado de los más importantes y sirve de referencia a muchos países.
- Consejo de Prensa holandés (*Raad voor de Journalistiek*): se crea nada más acabada la II Guerra Mundial con el objeto de canalizar las críticas de los lectores de prensa. A pesar de ser de los primeros Consejos creados, su influencia es más bien escasa.
- Consejo de Prensa alemán (*Deutscher Presserat*): aparece en 1956 con el objetivo de autorregular la prensa alemana ante las amenazas del gobierno de imponer una legislación más restrictiva. Cuenta con el apoyo de editores, periodistas y demás trabajadores de prensa a través de sus organizaciones profesionales. Entre sus funciones destacan corregir los excesos de la prensa, proteger la libertad de expresión y el acceso a la información.
- Consejo de Noticias de Minnesota⁷⁷ (*News Council*) fue el primero en crearse en Estados Unidos, en septiembre de 1971. Al contrario de lo que sucede en Europa, éste sólo se circunscribe al estado de Minnesota. Es de los pocos Consejos de Prensa que existen en ese país y fue creado con el objeto de preservar la libertad, la responsabilidad y la ética de la prensa. Goza de gran prestigio y recibe el apoyo de los periódicos más importantes de ese estado.
- Consejo Nacional de Prensa de EE.UU. (*Press Council National*): es la única iniciativa a nivel nacional en un país con poca tradición en Consejos de Prensa. Se creó como tal en 1973 y duró tan solo once

⁷⁶ En la actualidad el caso Murdoch ha desatado una crisis en la PCC y ha vuelto a ser revisado.

⁷⁷ Aunque no es de Europa, al ser el pionero en EE.UU. creemos importante reseñarlo.

años, desapareció en 1984. Nunca contó con el apoyo de los grandes medios

- *Consell de la Informació de Catalunya*: es el primero que se crea en España, aunque sólo se circunscribe al ámbito territorial de Cataluña. Se constituyó en 1997, promovido y amparado por el Colegio de Periodistas de Cataluña.
- Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE: se crea en 2005 por la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (FAPE). Es el primero a nivel estatal y recibe quejas sobre cualquier medio de comunicación.

6.2.1 El papel del Consejo de Europa

Para explicar la aparición de los Consejos de Prensa en el viejo continente, debemos destacar el papel fundamental que ha desempeñado el Consejo de Europa desde principios de los años noventa, promocionando este tipo de órganos de autocontrol. A través de la Subcomisión de Medios de Comunicación, integrada en la Comisión de Cultura de la Asamblea Parlamentaria, se impulsaron una serie de trabajos sobre los medios y el ejercicio del periodismo, cuyo resultado es el Código Europeo de Deontología del Periodismo, aprobado por unanimidad el primero de julio de 1993, la recomendación más importante del Consejo de Europa en esa materia. Una de las personas que más influyó en su elaboración y aprobación fue el español Manuel Núñez Encabo, a la sazón presidente de esa Subcomisión y redactor-ponente de dicho Código.

En el texto se pone de manifiesto la importancia de establecer mecanismos de autocontrol de la información como garantía del cumplimiento deontológico, tanto de los periodistas como de los medios. Es más, recomienda explícitamente la creación de un *Ombudsman* europeo

independiente e invita a los Estados miembros para que hagan lo propio a nivel nacional:

Estudiar en colaboración con las organizaciones no gubernamentales, tales como la Federación Internacional de Periodistas (FIJ) la posibilidad de establecer en el seno del Consejo de Europa un mecanismo de autocontrol de la información concebido como un *Ombudsman* europeo de la comunicación con representatividad internacional que ello implica, teniendo en cuenta, si es posible, los órganos o mecanismos de autocontrol nacionales correspondientes que tengan un funcionamiento y papel semejantes⁷⁸

Si tenemos en cuenta que los dos grandes objetivos del Consejo de Europa se basan en la defensa de las democracias y en la de los derechos humanos (no en vano, el documento más importante del Consejo es la Convención Europea de los Derechos Humanos), comprenderemos que su interés pivota entre dos derechos fundamentales: la libertad de la prensa, como garantía máxima de la libertad de expresión, y el derecho de los ciudadanos a recibir información veraz. Una libertad, la de los medios, que no es ilimitada, puesto que está sujeta a las buenas prácticas profesionales y el respeto al derecho que tienen los ciudadanos de estar debidamente informados y no desinformados o manipulados (Núñez Encabo, 1999).

Consciente de la importancia de ambos derechos, el Consejo siempre ha sido reacio a que los poderes públicos regulen los medios de comunicación, dado el peligro que ello puede suponer para la consolidación de las nuevas democracias surgidas en Europa. El hecho de que muchos países miembros de nueva incorporación procedan de sistemas totalitarios (Unión Soviética y Yugoslavia), donde los medios siempre han estado subyugados al control de los gobiernos, ha sido determinante para que se posicione en contra del control legislativo. Aunque, al mismo tiempo, siempre ha sido consciente del peligro que supone una prensa sin control. Y ante esa coyuntura se toma la

⁷⁸ Recomendación 4B de la Resolución 1003 sobre ética del periodismo del Consejo de Europa.

decisión de promover unos códigos de conducta regulados por órganos independientes a modo de autocontrol. De ahí, el texto deontológico y sus recomendaciones a los países que la integran, para que promuevan y fomenten la creación de Consejos de Prensa que velen por la regulación del sector en lugar de que lo hagan los Estados mediante leyes (de Puig, 2006).

No obstante, el consenso dentro del Consejo de Europa no tuvo que ser nada fácil. A tenor de lo que explica Lluís María de Puig, exmiembro de la Comisión de Cultura y de la Subcomisión de Medios, durante tiempo se produjo “un debate enorme sobre si los representantes directos de los ciudadanos, los parlamentarios, son quienes deberían establecer con leyes y señalar a los periodistas cuáles son los límites en su profesión y cuáles son los códigos a seguir. Pero llegamos a la conclusión de que no, que deben ser los propios profesionales los que determinen su propio código” (2006, 163). Y ese fue el criterio que tomó la Comisión y que asumió el Consejo de Europa, el de ofrecer una legislación marco donde establecer unos límites y evitar de esa manera cualquier abuso de poder que pudiera plantearse por parte de algún país, especialmente los de nueva incorporación. Y aunque también planeó la posibilidad de que fuera el mismo Parlamento europeo el que desarrollara las normas éticas que después regularían la actividad periodística y se creara un Consejo de Prensa dependiente del Consejo de Europa, al final se optó por que fueran los propios profesionales quienes se encargaran de ello.

En materia de medios de comunicación el Consejo de Europa ha sido una institución muy preocupada y llena de actividad, no en vano ha redactado numerosos informes y recomendaciones a los gobiernos de los Estados miembros. Durante años se ha preocupado por las condiciones de trabajo de los periodistas y las presiones que muchos Estados ejercen contra la prensa y contra la libertad de expresión. Se ha manifestado sobre los peligros de la globalización y la concentración de los medios. Ha reconocido el papel que tanto periodistas como medios desempeñan en la divulgación cultural de la

sociedad y en su trascendencia política (se ha comprobado que la prensa influye mucho más en el control fiscalizador de los gobiernos que la propia oposición en los parlamentos). Ha alertado sobre la enorme trascendencia estratégica que tienen los medios para conformar una opinión pública favorable a sus propios intereses y los peligros que ello supone. En todos los casos el Consejo ha intervenido, bien a través de sus Comisiones o a través del Parlamento, elaborando propuestas de cambios legislativos para corregir excesos o evitar peligros (de Puig, 2006).

En cambio, en el caso de la regulación, su posición ha sido la de evitar intervenir directamente y ha optado por la acertada decisión de dejar al propio sector la responsabilidad de autocontrolarse mediante los mecanismos apropiados que aseguren el cumplimiento de la profesión, con un máximo ético y un mínimo jurídico, que es el objeto y el fin de los Consejos de Prensa.

6.3 La AIPCE

La Alianza Independiente de Consejos de Prensa de Europa, la AIPCE (*Alliance of Independent Press Councils of Europe*), se creó en 1999 en Londres como una plataforma abierta a todos los consejos autorreguladores de prensa europeos. Sin embargo, durante estos años, y dada su vocación internacional, la Alianza ha establecido convenios de adhesión con Consejos de África, Asia, América y Oceanía. También mantienen una estrecha colaboración con instituciones como la Comisión Europea, El Consejo de Europa, la Unesco y la OSCE⁷⁹.

Su actividad se centra principalmente en la organización de foros en cada uno de los países miembros, donde se debaten temas de interés, se intercambian ideas y se discuten asuntos sobre la autorregulación y el autocontrol. Sus reuniones se celebran anualmente en distintos países miembros de la Plataforma. Hasta la fecha lo han hecho en Alemania (2000),

⁷⁹ Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa.

Irlanda (2001), Malta (2002), Suecia (2003), Chipre (2004), Luxemburgo (2005), Bulgaria (2006), Escocia (2007), Alemania (de nuevo en 2008), Noruega (2009), Holanda (2010), Rusia (2011), Bélgica (2012), Israel (2013)⁸⁰ y Bélgica (de nuevo en 2014). En 2015 la conferencia anual se celebrará en Austria. Destacar que en su primera reunión fundacional (Londres, 1999) elaboraron una declaración de intenciones con los siguientes puntos⁸¹:

- La regulación de los contenidos editoriales de los medios deberá ser independiente de los gobiernos.
- La regulación de los contenidos de los medios, tanto de alcance nacional como regional, deberá tener en cuenta las diferencias culturales de las naciones.
- La redacción de los códigos de ética periodística y su administración es trabajo de los periodistas y editores, quienes toman en cuenta los sentimientos del público, y no compete a los gobiernos.
- No es conveniente establecer un código ético universal. Nos oponemos a la imposición de códigos supranacionales y organizaciones reguladoras, tanto a nivel europeo como a nivel global.

Este último punto entra en colisión con la idea del Consejo de Europa, que aboga por establecer un código y un *Ombudsman* europeos. Sin embargo, a nuestro juicio, la coexistencia de códigos supranacionales y nacionales es del todo compatible puesto que las normas deontológicas del periodismo siempre defienden los principios éticos, las buenas prácticas profesionales y el respeto escrupuloso a los derechos democráticos. Por otra parte, negarse a la posibilidad de asumir un código universal, supone perder una buena oportunidad para mejorar las condiciones de aquellos países que no respetan la libertad y rechazan la democracia. Si bien es cierto que no en todo el mundo

⁸⁰ Fue la primera vez que se celebró fuera de Europa.

⁸¹ Información recuperada el 26 de enero de 2014 de su web www.aipce.net

se comparten los mismos valores morales, un código universal sobre el ejercicio y la práctica del periodismo, como el Código Internacional de Ética Periodística de la Unesco, no puede ser tomado como algo negativo o perjudicial, ni para el sector ni para los ciudadanos, puesto que su objetivo es que la libertad de expresión y el derecho a una información veraz llegue a todos los rincones del planeta.

6.3.1 Consejos de Prensa adheridos a la AIPCE

Aunque su participación es voluntaria, en la AIPCE están representados la mayoría de los Consejos de Prensa. En la actualidad participan un total de 46 Consejos representando a 44 países⁸², repartidos en los cinco continentes.

Europa tiene adheridos un total de 33 Consejos pertenecientes a 31 Estados (Bélgica y España⁸³ tienen dos consejos cada uno):

- Alemania – Press Council: www.presserat.de
- Armenia – Yerevan Press Club: www.ypc.am
- Austria – Austria Press Council: www.presserat.at
- Azerbaiyán – Press Council: www.presscouncil.az
- Bélgica (Flandes) – Raad voor de Journalistiek: www.rvdj.be
- Bélgica (Valonia) – Conseil de Deontologie:
www.deontologiejournalistique.be
- Bosnia-Herzegovina – Press Council: www.vzs.ba
- Bulgaria – National Council for Journalism Ethics:
www.mediaethics-bg.org
- Croacia – Croatian Press Council: (no consta web)
- Chipre – Media Complaints Commission: www.cmcc.org.cy

⁸² Algunos países tienen más de un Consejo, tal es el caso de España y Bélgica.

⁸³ En el caso español están representados la FAPE y el Colegio de Periodistas de Cataluña a través de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología y el *Consell de la Informació de Catalunya*, respectivamente.

- Dinamarca – Press Council: www.pressnaevnet.dk
- España – Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE: www.comisiondequejas.com
- España – Consell de la Informació de Catalunya: www.fcic.periodistes.org
- Estonia – Press Council: www.eall.ee/www.asn.org.ee
- Finlandia – Press Council: www.jsn.fi
- Francia – Association pour la Preefiguration d’un Conseil de Presse: www.apcp.unblog.fr
- Georgia - Charter of Journalistic Ethics: www.gartia.org.ge
- Hungría – Foszerkesztok Foruma: www.foszerkesztokforuma.org
- Irlanda – Press Ombudsman and Press Council: www.presscouncil.ie
- Italia – Ordine Dei Giornalisti: www.odg.it
- Kosovo – Press Council: www.presscouncil-ks
- Luxemburgo – Press Council: www.press.lu
- Malta – Press Club and Press Ethics Commission: www.maltapressclub.org.mt
- Moldavia – Press Council: www.consiliuldepresa.md
- Montenegro – Media Council for Self-regulation: www.medijskisavjet.me
- Noruega – Press Complaints Commission: www.presse.no
- Países Bajos – Raad voor de Journalistiek: www.rvdj.nl
- Reino Unido – Independent Press Standards Organisation: www.ipso.co.uk
- Rusia – Public Collegium for Press Complaints: www.presscouncil.ru

- Serbia – Serbian Press Council: www.savetzastampu.rs
- Suecia – Press Ombudsman and Press Council: www.po.se
- Suiza – Press Council: www.presserat.ch
- Ucrania – Journalistic Ethics Commission: www.cje.org.ua

Asia tiene adheridos siete Consejos:

- Corea del Sur – Korea Press Arbitration Commission: www.pac.or.kr
- Israel – Press Council: www.m-i.org.il
- Kirguistán - Mass Media Complaints Commission: www.medialaw.kg
- Pakistán - Press Council of Pakistan: www.presscouncil.org.pk
- Sri Lanka – Press Complaints Commission: www.pccsl.lk
- Tailandia – Press Council: www.presscouncil.or.th
- Tayikistán - Tajik Media Council: www.odob.tj

África tiene adheridos tres Consejos:

- Botsuana – Press Council: www.pcbotswana.org
- República Sudafricana - Broadcasting Complaints Commission: www.bccsa.co.za
- Zambia – Media Council: (no consta web)

América tiene adheridos dos Consejos:

- Perú – Consejo de Prensa: : www.consejoprensaperuana.org.pe
- USA (Estado de Washington) – News Council: www.wanewscouncil.org

Oceanía tiene adherido un Consejo:

- Nueva Zelanda – Press Council: www.presscouncil.org.nz

El hecho de que en poco más de una década la AIPCE cuente con cerca de medio centenar de Consejos de Prensa es un claro indicador de que el concepto de la autorregulación ha pasado de ser un ideal a ser una realidad. Cada vez son más los países que apuestan por el autocontrol como la mejor garantía para proteger a los medios del control del poder de los gobiernos. Y a su vez, es una demostración de que cada vez existe mayor conciencia dentro del sector de la comunicación, máxime si tenemos en cuenta que existen muchos países que aun contando con mecanismos de autocontrol, por una causa u otra, no forman parte de la AIPCE⁸⁴

⁸⁴ Por ejemplo países como Eslovenia, Eslovaquia Letonia, Polonia o Portugal que disponen de Códigos Deontológicos desde principios de los años noventa y no están en la AIPCE.

CAPÍTULO VII

LA PRESS COMPLAINTS COMMISSION (PCC), PARADIGMA DE AUTORREGULACIÓN

No podemos hablar de autorregulación de los Consejos de Prensa sin hacer antes una referencia extensa a Gran Bretaña y a su Comisión de Quejas de la Prensa (*Press Complaints Commission*), más conocida como la PCC. En Europa no se entendería la autorregulación de los medios sin lo que el Reino Unido ha aportado en esta materia. De alguna manera, decir autorregulación es tanto como evocar el consejo británico; por decirlo con Desantes podemos considerarlo el “paradigma de los organismos de autocontrol” (1973: 131). Y si bien es cierto que no es el más antiguo, sí es por otra parte el más influyente, puesto que ha servido de modelo a otros que se han ido creando por todo el mundo.

El concepto de la autorregulación en Gran Bretaña se remonta a finales de los años cuarenta del pasado siglo y su decisión viene motivada principalmente por la amenaza de los gobiernos de la época de controlar la prensa (Carrillo, 1986). Por lo que podemos afirmar, que la prensa británica tuvo la necesidad de crear un mecanismo de control propio para impedir que otros lo hicieran desde fuera.

7.1 Recorrido histórico de los Consejos de Prensa británicos

Según David Chipp (2006), veterano periodista y exmiembro de la PCC, hasta finales de la década de los cuarenta del pasado siglo en Gran Bretaña nadie sabía qué era eso de la autorregulación. Hasta entonces sólo existían las limitaciones que imponían de manera eficaz las estrictas leyes contra la difamación y contra los secretos oficiales, regulada esta última por la

Official Secret Act, “que pretendía equiparar lo que las autoridades veían como interés nacional con la seguridad nacional” (Chipp, 2006: 113).

Tras la II Guerra Mundial, gran parte de los políticos británicos partidarios del Gobierno laborista empezaron a ver el poder de los editores como uno de los peores ejemplos del capitalismo, lo que produjo que el periodismo pasara a ser visto por la clase política como un peligro para el orden establecido y, por tanto, debía ser controlado. Ése es el motivo, vendrá a decir Chipp, por el que se crea en 1947 la Comisión Real sobre la Prensa, la primera de una serie de comisiones que se constituirán con el objeto de regular la prensa y establecer ciertos límites.

7.1.1. El Informe Ross y la General Press Council

Aquella primera Comisión Real, presidida por Sir Williams David Ross entre 1947 y 1949, elaboró un informe en el que vendrá a rechazar cualquier tipo de intervención de los poderes públicos. En el mismo, “subyace la común idea de que toda intervención del Estado, sea meramente negativa o coercitiva, sea positiva o de fomento de los órganos de información, debe ser rechazable por incompatible con la libertad” (Desantes, 1973: 132). Lo que significaba que la prensa debía controlarse a sí misma, mediante un sistema de autocontrol, o lo que es lo mismo, autorregularse. Y para ello recomendó la creación de un órgano autorregulador “para prevenir tanto las prácticas periodísticas poco éticas como la concentración de los medios” (Aznar, 2011: 264).

El nuevo órgano debía centrarse básicamente en dos cuestiones: una, mejorar la cualificación de los periodistas y sus condiciones de trabajo; y la otra, no menos importante para el gobierno, impedir el aumento del poder de los grandes medios, pues empezaban a aparecer los tabloides sensacionalistas con grandes tiradas e influencia sobre la opinión pública. No obstante, sólo cuando la amenaza gubernamental de crear un consejo de prensa investido

con poderes legales fue firme, la prensa optó por crearlo (Aznar, 2011). Y fue en ese contexto cuando se constituyó en 1953 el Consejo General de Prensa (*General Press Council*), el primer consejo de la prensa nacido en Gran Bretaña, embrión de lo que años más tarde será la *Press Complaints Commission*.

Por tanto, aunque lo que generó su creación fue la necesidad de promocionar en la prensa el sentido de la integridad y de la responsabilidad hacia el público, elaborar un código profesional, vigilar la selección y formación de los periodistas y la realización de investigaciones sobre el estado de la prensa (Carrillo, 1986), su razón última no fue otra que la de impedir la regulación legal.

Sin embargo, el hecho de que sus estatutos no siguieran las recomendaciones del Informe Ross en cuanto a su composición, provocó que su recorrido no fuera más allá de una década. Pues a pesar de que el Informe decía que se debía contar con personas ajenas a la profesión, en realidad el GPC estuvo formado exclusivamente por representantes de la prensa. Esa desviación de las recomendaciones fue, en gran parte, “la causa de que el Consejo General de Prensa tuviese una acogida indiferente por parte del público”. Una indiferencia social, acrecida por la presión parlamentaria de la oposición que hizo que en 1961 se creara en el Parlamento una segunda Comisión Real presidida, en este caso, por Shawcross entre 1961 y 1962 (Desantes, 1973: 133).

7.1.2. El Informe Shawcross y la Press Council

En 1962, el informe elaborado por la nueva Comisión Real, más conocido como Informe Shawcross, evaluó negativamente la labor del Consejo hasta ese momento, que lo consideraba un instrumento más estético que ético, pues en realidad el GPC era un órgano corporativo compuesto sólo por editores y directores. El Informe desveló “la connivencia entre periodistas, autores de abusos en el ejercicio de la libertad de expresión, y

miembros del propio Consejo” (Carrillo, 1986: 91), así como que la concentración de medios se producía sin que el Consejo hiciera nada, “no ya por evitarla, sino siquiera por denunciarla” (Desantes, 1973: 133). Como solución, se recomendó un cambio de imagen, tanto en la composición de sus miembros como en la denominación. Y así fue como “aumentó el número de miembros a 20, cinco de ellos no relacionados con el mundo de la prensa, entre ellos su presidente; y pasó a denominarse *Press Council*” (Aznar, 2011: 265). No obstante, la actitud de la prensa seguía siendo la misma, puesto que si bien aceptó que el presidente fuera independiente, no lo hizo respecto al resto de miembros. Y tal vez por eso tampoco pasó demasiado tiempo hasta que otro Gobierno laborista designara, a mediados de los años setenta, otra nueva Comisión Real, la tercera (Chipp, 2006).

Durante la década de 1970 aparecieron nuevos informes negativos que acusaba a la *Press Council* de poca operatividad y de falta de ganas. En ellos se decía que debían disponer de una mejor financiación que les permitiera tener un presupuesto lo suficientemente holgado como para no estar subyugados a las empresas editoras, que sus miembros no pertenecieran a la profesión y que sus procedimientos fueran más rápidos. Pero, sobre todo, se les reprochaba de no promocionarse lo suficiente entre la opinión pública y de carecer de un código deontológico propio. Como resultado, se aceptó un cambio de sus finanzas y de la composición de sus miembros (que aumentó a 37), así como que la mayoría de ellos fueran personas ajenas a la profesión⁸⁵ (Aznar, 2011).

Sin embargo, lo que no se consiguió fue la elaboración de un código de conducta obligatorio, algo a lo que los periodistas ingleses siempre se habían resistido porque “para ellos era demasiado duro admitir que estaban equivocados y casi imposible disculparse” (Chipp, 2006: 116) No obstante, los cambios aceptados por la *Press Council* calmaron los ánimos entre la prensa y el

⁸⁵ Carrillo presenta la siguiente composición: “un presidente (como persona no relacionada con la prensa) y 36 miembros, 18 en representación de editores y periodistas y los 18 restantes en representación del público” (Carrillo, 1986: 91).

poder político hasta que a mediados de los ochenta surgieron nuevos problemas.

7.1.3. El Informe Calcutt y la Press Complaints Commission

Por esa época, la aparición de un sensacionalismo cada vez mayor en los tabloides, con la publicación de escándalos sexuales de personajes públicos o los desvelos de asuntos relacionados con la familia real, y el impacto que toda esa mercancía tiene en la sociedad británica, hizo estallar una nueva tempestad entre la clase dirigente y la periodística. Las tensiones se fueron agravando hasta que en 1990 el Gobierno, en lugar de crear una nueva Comisión Real, le encargó a David Calcutt, un prestigioso abogado de Cambridge, la elaboración de un nuevo informe sobre la prensa.

Las conclusiones a las que llegó el Informe Calcutt no fueron nada positivas para la prensa ni para su Consejo, una y otro salen muy mal parados. En él se recomendaba, tras cuestionar la función autorreguladora de la *Press Council*, la creación de un nuevo consejo de prensa que aceptara las quejas de los lectores y la elaboración de un código deontológico que marcara los límites de la actividad periodística. Pero lo que quizá más nerviosismo produjo en la prensa fue el plazo de dieciocho meses que se le concedió para demostrar su efectividad; en caso contrario se amenazaba con la creación de un organismo público de control mediante leyes más restrictivas. Y es así como se creó en 1991 la *Press Complaints Commission* (PCC) la actual Comisión de Quejas de la Prensa (Aznar, 2011 y Chipp, 2006).

7.2 Logros y vicisitudes de la PCC

Tal como había propuesto Calcutt, el nuevo órgano creado asumió las quejas del público lector, agilizó sus procedimientos y demostró su independencia mediante una autofinanciación solvente y una nómina de miembros ajenos a la profesión. Pero lo más importante fue que por vez

primera se aceptó en la prensa británica un código deontológico que comprometía a editores y periodistas. Era la primera vez que se aceptaba una propuesta de este calado, a pesar de ser una demanda de las distintas Comisiones Reales. Otro éxito de la PCC fue que los medios asumieran y publicitaran las resoluciones dictadas sobre las reclamaciones de los lectores. Sin embargo, transcurrido el plazo de año y medio de prueba concedido, se presentaron dos nuevos informes nada favorables a la labor de la *Press Complaints Commission*.

El primero fue un informe elaborado por el mismo Calcutt en enero de 1993, muy crítico con la PCC en el que llega a proponer su disolución y “su sustitución por un organismo público con capacidad sancionadora presidido por un juez y con poder para multar e incluso para impedir la publicación de artículos” (Aznar, 2011: 267). El segundo, algo más moderado, es el que realizó la Cámara de los Comunes, en él se reconocían algunas acciones positivas de la PCC y de la prensa, aunque “también se inclinaba por una solución alternativa, aunque más suave, en este caso la creación de un *Ombudsman* de la prensa” (*id.*). Esto motivó que la PCC introdujera ciertos cambios que demostrara la independencia de sus miembros, facilitara el acceso del público y promocionara su código ético, el *Editors’ Code*, con la finalidad de fortalecer su imagen y demostrar la firme voluntad de la prensa por autorregularse.

A mediados de 1995, el gobierno desestimó los dos informes y reconoció la buena labor de la Comisión de Quejas de la Prensa. Pero en 2011 surge una nueva crisis por el “Caso Murdoch” y la PCC vuelve a estar cuestionada.

7.2.1. El “Caso Murdoch” vuelve a cuestionar la PCC

El actual primer ministro británico, David Cameron, siendo líder de la oposición tenía una opinión favorable respecto al sistema de autorregulación

de la prensa y del funcionamiento de la PCC. “No tenemos planes de cambiar la autorregulación, creo que la PCC está bien establecida y el sistema funciona ahora mejor que antes”⁸⁶. Tres años después de aquellas declaraciones ni Cameron es líder de la oposición ni tiene el mismo concepto sobre la PCC y su eficacia autorreguladora. Es evidente que el escándalo de los métodos para conseguir información por los rotativos del magnate Murdoch le ha hecho cambiar de opinión a él y a su gobierno.

A mediados de julio de 2011 Cameron anunció la enésima Comisión para investigar el papel de la prensa en las escuchas telefónicas ilegales que realizó el *News of the World* de Murdoch. Al frente de la misma nombró como responsable al juez Brian Leveson con el encargo de examinar las prácticas profesionales de los editores, directores y periodistas implicados en la trama. El dictamen de la Comisión Leveson vuelve a repetir la tónica general de sus antecesores cada vez que se ha analizado el papel de la prensa en Gran Bretaña: ante la evidencia de que la actual regulación de los medios es insuficiente, sugiere que se cambien los sistemas de control por otros más eficaces. “El informe elaborado por la comisión Leveson da una vuelta de tuerca más al concepto de autorregulación al considerar que no debe depender exclusivamente de la aceptación de los actores del mercado y propone que quienes no se adhieran voluntariamente al sistema puedan ser controlados, y en su caso, sancionados por el regulador británico de las comunicaciones, el *Ofcom*” (San Martín, 2013). Lo que significa que una vez más vuelve a planear sobre los periodistas británicos la amenaza de la regulación gubernamental, tal como ha venido sucedido en los últimos 70 años.

El propio Leveson, al abrir las sesiones de la Comisión, ya se planteó una cuestión que es compartida por muchos. “La prensa provee un control esencial sobre todos los aspectos de la vida pública. Por eso, cualquier fallo en los medios de comunicación nos afecta a todos nosotros. En el fondo de esta

⁸⁶ Declaraciones realizadas en la ceremonia de los Premios de la Prensa Británica de 2008.

Comisión, por lo tanto, puede radicar una sola pregunta; ¿quién vigila a los vigilantes?⁸⁷. Y ante esa coyuntura, la sociedad británica se divide entre quienes piden un mayor control del gobierno sobre los medios y quienes abogan por reforzar el papel de la *Press Complaints Commission*.

7.2.2. El futuro incierto de la PCC y la autorregulación

La cuestión no es nueva. Desde tiempos la autorregulación ha estado cuestionada en Gran Bretaña por un sector importante del poder político, que siempre ha aspirado a un mayor control legislativo sobre los medios. Tras casi 70 años de que se alzarán las primeras voces pidiendo legislación que controlara la prensa, nos dirá Chipp, en la actualidad todavía perduran. La razón, que “los políticos británicos de todos los partidos, independientemente de lo que digan, siempre han aborrecido la prensa. Nos desestiman cuando somos débiles y nos subestiman igualmente cuando somos fuertes” (2006: 114). Sin embargo, a medida que van surgiendo nuevos escándalos sobre las prácticas periodísticas, se van sumando otros sectores de la sociedad que antes eran partidarios de una regulación exclusivamente deontológica.

A pesar de que la PCC cuenta con un código deontológico donde están claramente tasadas las prácticas contrarias a la ética profesional y trata de no dejar abierto ningún resquicio por donde puedan colarse este tipo de actividades infractoras, su eficacia ha quedado en entredicho con el “Caso Murdoch”. En esta ocasión la Comisión de Quejas no ha estado a la altura de lo que se esperaba de ella, al pasarle desapercibido lo que para el Presidente de la Comisión de Quejas de la FAPE, Manuel Núñez Encabo, es “el mayor escándalo de la democracia en Europa (...) un claro ejemplo de la connivencia entre la prensa y los poderes políticos y económicos” (Núñez Encabo, 2013). Ciertamente, las prácticas utilizadas en este caso superan el ámbito

⁸⁷ De la web oficial de la Comisión Leveson, www.levesoninquiry.org.uk, *The press provides an essential check on all aspects public life. That is why any failure within the medias affects all of us. At the heart of this Inquiry, therefore, may be one simple question: who guards the guardians?*, declaraciones realizadas el 14/XI/2011, recuperadas el 20 de enero de 2014.

deontológico, puesto que son actos delictivos y sus responsables deberán responder ante la justicia por ello. Pero no cabe duda que su ineficacia ha creado muchas dudas en la opinión pública, británica y europea, sobre los mecanismos del autocontrol y su efectividad regulatoria.

No obstante, en favor de los medios es de justicia reconocer que el escándalo se desveló gracias al trabajo de la propia prensa (en este caso por el periódico *The Guardian*) que fue quien publicó toda la trama de escuchas ilegales, sobornos y extorsiones. Algo que no deja de ser, en cierta manera, un mecanismo de autorregulación, al ser la propia prensa quien denunció las malas prácticas cometidas por los periodistas y ayudó a depurar la actividad de los medios.

Sea como fuere, de lo que le pase a la prensa en Gran Bretaña está pendiente medio mundo y principalmente Europa entera. Su influencia sobre el resto de países es tan grande que, de igual manera que su modelo de autorregulación fue copiado por muchos, lo que surja a partir de ahora también afectará en mayor o menor medida al resto. De ahí la reflexión con que finaliza Eduardo San Martín su artículo: “Sería deseable que el Gobierno británico fuera capaz de ofrecer al resto del mundo un modelo renovado de autocontrol que uniera la defensa de la libertad de los medios a la eficacia en la persecución de conductas que atentan contra la dignidad de las personas” (2013).

Por el momento, y hasta que se decida sobre su futuro, si por algo se ha caracterizado la historia de los Consejos de Prensa británicos es por su capacidad para afrontar los retos y las vicisitudes con que la prensa de ese país se ha encontrado en distintas épocas de su historia reciente. No hay que olvidar que la PCC, además de ser uno de los referentes de la autorregulación del periodismo, de servir de modelo para infinidad de Consejos de Prensa nacidos por todo el planeta y de preservar tanto la libertad de que disfruta la prensa británica, como de elevar el prestigio internacional de muchos de sus

periódicos, es para la mayoría de autores, “el paradigma de los órganos de autocontrol”.

Por otro lado, tampoco sería justo obviar el trabajo que la PCC ha realizado a lo largo de todos estos años en favor de la ética periodística. Es, a buen seguro, el Consejo de Prensa que más quejas y reclamaciones recibe del mundo. A pesar de que sólo se dedica a la prensa (no se ocupa de otros medios de comunicación) y sólo admite reclamaciones de los afectados, desde su creación ha atendido más de 80.000 solicitudes. En los últimos años, la media de quejas recibidas anualmente se ha duplicado, posiblemente como consecuencia del escándalo Murdoch, hasta situarse en cifras consideradas estratosféricas⁸⁸.

7.3 *Editors' Code* (Código de los Editores)

El *Editors' Code* (Código de los Editores) es el código deontológico que la prensa británica adoptó en 1991. Siguiendo el análisis realizado por Aznar sobre los Códigos Deontológicos (1999), el texto del *Editors' Code* revela, por una parte, el déficit del derecho anglosajón en cuestiones tan fundamentales para nosotros como es la protección a la intimidad o la infancia, recogidos en España como derechos de especial protección; y, por otra, la dificultad de los medios británicos de respetar el honor, la imagen y la intimidad de las personas.

El código jurídico del derecho continental choca bastante con el anglosajón, porque mientras el primero es profuso en leyes, el segundo es mucho menos prolijo; de ahí la poca tradición normativa que poseen los periodistas británicos, tanto jurídica como ética. Éste es, a buen seguro, uno de los motivos por el que en su código deontológico se hace especial mención a los límites de los periodistas frente cuestiones como la Privacidad, el Acoso,

⁸⁸ En 2010 se recibieron un total de 6.152 quejas; en 2011, ascendieron a 7.341; y en los años siguientes se produjo un aumento considerable: en 2012, se registraron 12.191 quejas recibidas y en 2013, 12.763. Información recuperada el 20 de febrero de 2015 en: <http://www.pcc.org.uk/annualreports/annualreview.html> (Los datos de 2014 todavía no están expuesto).

la Infancia o la Discriminación⁸⁹, entre otros. Y, sobre todo, a las obligaciones que los profesionales han de tener con el deber deontológico, destacado en el preámbulo.

El *Editors' Code* es un texto, a semejanza de la normativa anglosajona, breve y conciso. Su estructura se compone de un preámbulo de cuatro párrafos y un articulado con 17 cláusulas, que forman el *corpus* deontológico de la prensa británica. A continuación presentamos tanto el preámbulo como el articulado con algunos comentarios.

7.3.1. Comentarios sobre el Preámbulo

El hecho de que el código empiece con la advertencia de que *todos los miembros de la prensa tienen el deber de mantener los más altos estándares profesionales*” y que *“el código (...) establece la medida de estos estándares éticos, protegiendo tanto los derechos de los individuos como el derecho del público a conocer⁹⁰* revela la importancia de respetar los derechos de los individuos. No en vano, Gran Bretaña es de los pocos países de Europa que no cuenta con una ley específica que proteja la intimidad de las personas.

Otra cuestión que resalta el alcance ético del texto lo encontramos en el mismo Preámbulo. Al expresar que *es esencial que el código acordado sea seguido no sólo en la letra sino en su espíritu⁹¹*, está exigiendo un compromiso amplio y verdadero con la sociedad y de respeto por los derechos de las personas.

Los autores del código también tuvieron muy en cuenta, y de forma muy acertada, comprometer a los editores, los dueños de los medios, para que sean los garantes de su cumplimiento. Así lo exigen cuando dicen *es responsabilidad de los editores aplicar el código al material editorial, tanto de las versiones impresas como on line, de las publicaciones*, pero además, para que quede más claro

⁸⁹ Aspectos que en España, por ejemplo, vienen regulados por ley.

⁹⁰ Es el primer párrafo del Preámbulo del Editors' Code. www.pcc.org.uk

⁹¹ Así empieza el segundo párrafo del Preámbulo.

todavía, lo completan diciendo *deberán asegurarse de que es rigurosamente cumplido* (el código) *por todo el equipo editorial y por los colaboradores externos*⁹².

Y por último, para darle más fuerza a la Comisión de Quejas de la Prensa, tuvieron muy en cuenta incluir la obligación de publicar sus resoluciones *de forma completa y con la prominencia que estime oportuna el director de la Comisión, incluyendo una referencia en titulares a la PCC*⁹³. Ése es el mensaje que realmente le da poder y prestigio a la Comisión de Quejas. Al obligar a los medios a publicar las resoluciones se está cumpliendo con una doble finalidad: que el propio medio reconozca su error y que la PCC demuestre su capacidad sancionadora (que no queda en una amonestación meramente interna entre los medios). De esta manera se consigue que la opinión pública reconozca su función juzgadora y que tanto los profesionales, como los propietarios y el público respeten sus decisiones y las valoren como se hace con los actos administrativos o las sentencias judiciales.

El *Editors' Code* se articula sobre 17 cláusulas, lo que demuestra que, fiel a su tradición anglosajona, no es un texto muy extenso. Más bien, “destaca por su rigor y la precisión de sus cláusulas (...) únicamente recoge los mínimos deontológicos y éticos exigibles a cualquier medio escrito, sin concesión a aspiraciones más elevadas” (Aznar, 1999: 157-158).

De él podemos destacar su interés por proteger los derechos de quienes son objeto de la información: de respetar su vida familiar, de no hostigarlos mediante persecuciones o acosos, de respetar su dolor en casos relacionados con la desgracia, así como tener un especial cuidado en todo lo que afecte a menores. También hace una especial mención a los medios que no deben emplearse para adquirir información, incluido las escuchas telefónicas no autorizadas, de no hacer referencias discriminatorias contra las personas, y de no pagar a criminales a cambio de información, salvo en casos muy excepcionales. Por último, finaliza determinando qué es y cuándo se da el

⁹² Es el contenido del tercer párrafo del Preámbulo del Código.

⁹³ Así se recoge en el cuarto y último párrafo del Preámbulo.

interés público; cuestión muy importante, porque permitirá excepciones a las limitaciones que aparecen en los puntos como: Privacidad, Acoso, Infancia, Víctimas de abusos sexuales, Hospitales, Información sobre delitos, Aparatos clandestinos y subterfugios, Pagos a testigos y Pagos a criminales.

7.3.2. Desarrollo del Articulado

A continuación se relacionan las 17 cláusulas que forman este código, destacando los aspectos más relevantes:

1.- Exactitud de la información. La prensa ha de tener especial cuidado de no publicar información imprecisa, engañosa o distorsionada, incluyendo las imágenes. Cualquier información imprecisa o engañosa deberá ser corregida de inmediato y publicarse una nota de disculpa (en casos relacionados con la PCC, esa nota deberá ser previamente consensuada con la PCC). La prensa está obligada a informar claramente sobre la finalización de una acción por difamación en la que haya sido parte, a no ser que exista un acuerdo consensuado con la parte contraria.

2.- Derecho de réplica. Se debe dar derecho de réplica para contestar las inexactitudes cuando se solicite de forma razonable.

3.- Privacidad (*). Todos tienen derecho al respeto de su vida privada y familiar, su hogar, su casa, su salud y su correspondencia. Sólo ante razones muy justificadas se permitirá la intrusión en la vida privada de las personas. De igual forma, es inaceptable fotografiar a las personas en lugares privados sin su consentimiento.

4.- Acoso (*). Los periodistas no deben intimidar, hostigar o perseguir persistentemente para obtener información. Tampoco deben insistir en preguntar, telefonar, perseguir o fotografiar a quienes hayan solicitado dejar de hacerlo, ni permanecer en una propiedad sin permiso. Los

editores deben asegurarse de que estos principios son cumplidos por quienes trabajen para ellos y no utilizar material de otras fuentes que no cumplan estos requisitos.

5.- Intrusión. En casos relacionados con desgracias personales o traumáticas, las investigaciones deben realizarse con delicadeza y discreción. Su publicación debe llevarse a cabo con sensibilidad.

6.- Infancia (*). Los niños y adolescentes deben tener derecho a terminar su horario escolar sin ninguna intrusión innecesaria. Los jóvenes menores de 16 años no deben ser entrevistados o fotografiados sobre asuntos relacionados con su bienestar, salvo que exista permiso por parte de los padres. Tampoco deben ser abordados ni fotografiados en la escuela sin permiso de las autoridades del centro.

No se debe pagar a los menores por cuestiones relativas al bienestar de los niños, ni tampoco a los padres por material sobre sus hijos, salvo que sea claramente por interés de los niños. Los editores no deben usar la fama, notoriedad o posición de los padres para publicar detalles sobre la vida privada de los menores.

7.- Víctimas de abusos sexuales (*). La prensa no debe identificar a menores de 16 años víctimas o testigos de casos relacionados con abusos sexuales, incluso aunque legalmente pueda hacerlo. Ante cualquier información sobre casos relacionados con abusos sexuales a un menor: el niño no debe ser identificado; el adulto sí puede ser identificado; la palabra incesto no debe ser utilizada cuando se pueda identificar a una víctima menor. Se debe tener cuidado de que nada en la información implique la relación entre el acusado y el menor.

8.- Hospitales (*). Los periodistas deben identificarse y obtener permiso de un responsable antes de entrar en áreas no permitidas de hospitales o centros de salud. Las restricciones sobre la intrusión en la

privacidad son particularmente relevantes en lo que respecta a investigaciones sobre individuos en hospitales o instituciones similares.

9.- Información sobre delitos. (*). Se debe evitar la identificación de parientes o amigos de personas convictas o acusadas de delitos. Especialmente se deberá extremar la prudencia en casos de niños que sean testigos o víctimas de un delito.

10.- Aparatos clandestinos y subterfugios (*). Queda clara la prohibición de obtener información mediante la utilización de cámaras ocultas o aparatos de escucha clandestina, de la interceptación de las comunicaciones de voz o datos, así como la obtención de documentos o fotografías sin consentimiento. En cambio, deja la posibilidad de que el material informativo conseguido incurriendo en falsedad o subterfugio pueda ser justificado sólo por el interés público y cuando no pueda conseguirse por otros medios.

11.- Víctimas de ataques sexuales. La prensa no debe identificar a las víctimas de ataques sexuales o publicar material que pueda identificarla, al menos que exista una justificación adecuada y siempre amparado por la ley.

12.- Discriminación. La prensa debe evitar aquellas referencias que puedan resultar discriminatorias por cuestiones de raza, color, religión, género, orientación sexual o cualquier tipo de discapacidad.

13.- Periodismo financiero. Los periodistas no podrán utilizar nunca en beneficio propio aquella información financiera de que dispongan antes de su publicación ni podrán traficar con ella, incluso aunque la ley lo permitiera. Tampoco podrán informar sobre acciones o valores donde ellos o sus familiares más cercanos tengan intereses, sin que antes lo sepa el editor.

14.- Fuentes confidenciales. Los periodistas tienen la obligación moral de proteger las fuentes confidenciales.

15.- Pagos a testigos en juicios penales (*). No se debe pagar ni ofrecer pagos a ningún testigo, o persona que pueda ser llamada como testigo, de los procesos judiciales en curso. Esta prohibición dura hasta que el sospechoso haya sido puesto en libertad sin cargos o declarado culpable por sentencia. Cuando los procesos todavía no se hayan iniciado pero vayan a iniciarse en breve, los editores no deben hacer ofertas de pago a nadie que pueda estimarse que pueda ser llamada como testigo, a menos que la información pueda ser considerada como de interés público y haya una razón imperiosa por hacer el pago, siempre y cuando se asegure que cualquier trato económico no influirá en la declaración final del testigo ni que estará condicionado al resultado de la sentencia. Cualquier pago que se haga a una persona que después es citada como testigo deberá ser comunicada al fiscal y a la defensa.

16.- Pagos sobre actos criminales (*). No se debe pagar ni directa ni indirectamente ni a través de intermediarios fotografías o información sobre crímenes, salvo que exista una razón de interés general. Los editores que invoquen el interés público para justificar los pagos, deberán demostrar que existe una buena razón de peso. Si, a pesar del pago, no existiera interés público, el material no deberá ser publicado.

17.- El interés público. Podrá haber excepciones a los límites de las cláusulas marcadas con (*) cuando pueda demostrarse que se actúa por interés público. El interés público incluye:

- a) detectar o desvelar un delito o una conducta gravemente impropia
- b) proteger la salud y seguridad pública

c) evitar que el público sea inducido a engaño por alguna acción o declaración de algún individuo u organización.

En el momento en que se invoque el interés público, la PCC requerirá a los editores que demuestren las razones que les llevaron a pensar que la información es de interés público. La PCC considerará hasta qué punto un material está ya en el dominio público o se convertirá en ello. En casos relacionados con menores de 16 años, los editores deben demostrar que existe un excepcional interés público que anule el superior interés del menor.

Una vez comentado el Preámbulo y desarrollado el articulado que conforma el *Editors' Code*, es necesario precisar que a raíz del “Caso Murdoch”, tanto el texto deontológico como la PCC están en un proceso de revisión que a buen seguro modificará en parte su contenido y funcionamiento. No obstante, al cierre del presente trabajo todavía no se habían concretado ni hecho públicos los cambios que podrían afectarles.

CAPÍTULO VIII

EL COLEGIO DE PERIODISTAS DE CATALUÑA Y SU CONSEJO DE LA INFORMACIÓN, PIONEROS EN ESPAÑA

8.1 La autorregulación en España empieza en Cataluña

El Consejo de la Información de Cataluña (CIC) se constituyó en 1997, lo que lo convierte en el primer consejo de prensa en España. Sin embargo, su nacimiento viene precedido por una serie de vicisitudes que es necesario destacar, puesto que su creación es la consecuencia natural del empeño de la profesión periodística catalana por implantar un sistema de autorregulación de la actividad que les llevará a constituir en 1985 el Colegio de Periodistas de Cataluña, el primero de estas características en España, así como a la aprobación, en 1992, del primer Código Deontológico de periodismo en nuestro país. Tres elementos que serán primordiales y que marcará un antes y un después en la historia del periodismo español. Por tanto, es preciso significar con Pernau que “Cataluña es pionera del autocontrol en España” (2006: 94) puesto que la autorregulación del periodismo en nuestro país tiene su antecedente geográfico en esa comunidad autónoma. Allí es donde nació el primer Colegio Profesional de Periodistas, el primer Código Deontológico y el primer Consejo de Prensa.

No obstante, convencer a los miles de periodistas y editores para que asumieran un código, aunque fuera ético, no tuvo que ser nada fácil, puesto que, tal como resalta el veterano periodista Domingo del Pino (2005), los periodistas españoles salidos del régimen franquista durante la Transición no querían saber nada sobre códigos, pues ya habían tenido que aguantar bastantes normas en el ejercicio de la profesión. Tuvieron que ser ellos mismos, movidos por unos cuantos convencidos, quienes comprobaran que lo que se les proponía nada tenía que ver con las mordazas legislativas

gubernamentales y mucho, en cambio, con garantizar la libertad y autonomía de la actividad. Los Códigos Deontológicos podían garantizar aquello que las leyes habían reprimido durante tantas décadas: independencia, pluralidad, reconocimiento. Iban a aportar al periodismo el espacio donde trabajar con garantía y respeto, pero también iban a exigir la honradez profesional de quienes lo ejercieran. Desde Cataluña, influidos por cómo se estaba organizando la profesión, especialmente en Gran Bretaña, pronto se tuvo constancia de las ventajas que suponía asumir la propia regulación de la actividad antes de que los poderes públicos lo hicieran por ellos. Si el patrimonio de un periodista, nos dirá Pernau, viene determinado por su trayectoria y su credibilidad social, para alcanzarlas es preciso hacerlo desde el respeto a la normativa deontológica, porque sólo a través de ella se consigue ganar “la confianza de los que nos leen o nos escuchan. Y la credibilidad es nuestra mejor inversión de futuro” (Pernau, 2006: 95). Y así fue como, poco a poco, la profesión catalana fue tomando conciencia de lo que significaba autorregularse y apostó por crear una serie de órganos que velaran y propagaran la autorregulación en Cataluña y en España.

8.2 Colegio de Periodistas de Cataluña

Como hemos anticipado, el Colegio de Periodistas de Cataluña se creó en 1985. Fue como consecuencia de la evolución de las antiguas asociaciones de la prensa que existían en Cataluña y de su voluntad por transformarse en una entidad que las aglutinara a todas con el fin de obtener una completa representación del sector y mejorar así la defensa de sus intereses, principalmente la independencia respecto del poder político y dignificar las condiciones laborales de los periodistas. Sin embargo, aquellas casi centenarias Asociaciones de la Prensa, antes de dar el salto hacia lo que será una novedad, no sólo en Cataluña sino en toda España, tuvieron que vencer algunas rémoras propias de sus longevas vidas. Por ejemplo la de Barcelona, que ese

mismo año (1985) cumplía su 75 aniversario de historia⁹⁴. Una vida llena de avatares y luchas de quienes desde principios del siglo XX tuvieron la vocación de difundir cuanto podía ser de interés para la sociedad, la mayoría de las veces venciendo las cortapisas que los distintos regímenes y gobiernos les imponían. Una lucha que también centraron en mejorar las condiciones laborales de los periodistas y en dignificar su trabajo, en conseguir mayores cotas de libertad de expresión y en ofrecer una información veraz, independiente, contrastada y ética, que superara los límites que imponían las leyes y los censores. De ahí, que no siempre fuera fácil la transición hacia un nuevo modelo de organización profesional, que pasaba por la desaparición de las viejas estructuras gremiales. No obstante, gracias a la voluntad de muchos de sus miembros y a la gran labor realizada por prestigiosos profesionales del periodismo catalán, como Carles Sentís, Margarita Rivière, Josep Pernau, Josep M. Huertas y Josep M. Cadena, que entendieron que la mejor manera de defender los derechos de los periodistas pasaba por aglutinar todas las viejas asociaciones provinciales en un gran colegio autonómico, hizo posible su transformación.

La voluntad de transformar las viejas Asociaciones de la Prensa en entidades de calado estrictamente profesional, hizo que los periodistas catalanes se plantearan la oportunidad de organizarse alrededor de un Colegio profesional con el objetivo de obtener el nivel constitucional de representación ante la Administración, así como velar por la defensa de los intereses profesionales, tal como está previsto en la Ley General de Colegios de esta naturaleza⁹⁵

Por eso, la transformación de todas aquellas instituciones profesionales en un solo Colegio supuso un logro muy importante en el sector periodístico porque, a diferencia de lo que pasaba en otras profesiones, en España nunca había existido un Colegio Profesional que abarcara a todo el colectivo periodístico y velara por sus intereses. Esa voluntad hizo posible un cambio

⁹⁴ De la exposición “Periodistes, 25 anys construït el Col·legi”, en <http://cronologia.periodistes.org/>

⁹⁵ www.periodistes.org/que_es_antecedents

de concepto y de mentalidad en el periodismo catalán y español, que supondrá el principio de una concienciación sobre el futuro de la profesión. Si en los años setenta y ochenta, nadie quería oír hablar de regulación -ni externa ni interna-, a partir de los noventa, y tras más de quince años de democracia, los periodistas empezarán a percibir la necesidad de dotarse de unas normas profesionales que regulasen la actividad (Pernau, 2006). Unas sensaciones que venían a confirmar que los primeros pasos dados por modernizar la profesión habían dado sus frutos y ahí el Colegio catalán tendría gran parte del mérito. Porque después de conseguir transformar las antiguas asociaciones provinciales de la prensa en Cataluña, después de aglutinar a todos los colectivos periodísticos catalanes y lograr integrarlos en una única organización, demostró que su compromiso no se ceñía exclusivamente a la defensa de los derechos de sus colegiados, sino que además aspiraba a conseguir la regulación de la actividad periodística a través de la normativa ética de los códigos deontológicos. Y por eso, años más tarde, ese mismo Colegio tendrá el mérito de haber aprobado el primer Código Deontológico de Periodismo de España y del primer Consejo de Prensa, el Consell de la Informació de Catalunya.

No obstante lo anterior, el Colegio también sufrió algún revés significativo. La obligatoriedad de la colegiación de todos los profesionales de la información para poder ejercer, a diferencia de otras profesiones, en este caso no fue posible. La presentación de un recurso de inconstitucionalidad por parte del Defensor del Pueblo en 1986, tras las importantes reacciones de gran parte de la profesión, obligó al Parlamento catalán a modificar el texto original mediante la Ley 1/1988, de 26 de febrero, que anulaba la exigencia de colegiación. En este caso, “el derecho a la información como derecho universal plantea en el caso del periodismo especiales limitaciones a este tipo de exigencias” (Aznar, 2011: 163).

8.2.1. Estructura legislativa y estatutaria

Tal como exige la legislación, el Colegio de Periodistas es una organización profesional de derecho público, dotada con personalidad jurídica propia y con plena capacidad para gestionar los intereses públicos vinculados al ejercicio de la profesión periodística. Fue creado mediante la Ley 22/1985, de 8 de noviembre, del Parlamento de Cataluña, modificada posteriormente por la Ley 7/2006, de 31 de mayo, del ejercicio de las profesiones tituladas y de los colegios profesionales. También es de aplicación el Decreto Legislativo 3/2010, de 5 de octubre, para la adecuación de las normas con rango de ley a la Directiva 2006/123/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en mercado interior.

Aparte de la normativa legal, también se rige por sus propios Estatutos⁹⁶, un documento normativo bastante denso, compuesto por 12 títulos, 97 artículos y una disposición final única, que regula el funcionamiento interno del Colegio. Para hacernos una idea aproximada de los contenidos que se recogen en sus Estatutos, indicamos a modo de sumario el nombre de los títulos con sus correspondientes capítulos:

- **Título I Sobre el Colegio**
 - Capítulo 1. Disposiciones Generales
 - Capítulo 2. Finalidades, funciones y actividades
- **Título II Sobre las personas colegiadas**
 - Capítulo 1. Colegiación
 - Capítulo 2. Derechos y deberes de las personas colegiadas
 - Capítulo 3. Personas colegiadas de honor

⁹⁶ Los actuales Estatutos fueron modificados en 2014.

- **Título III Sobre las sociedades profesionales**
 - Capítulo 1. Generalidades e inscripción
 - Capítulo 2. Régimen jurídico y disciplinario
 - Capítulo 3. El Registro de Sociedades Profesionales
- **Título IV Sobre los órganos colegiados**
 - Capítulo 1. De la Asamblea General
 - Capítulo 2. De la Junta de Gobierno
 - Capítulo 3. De las Demarcaciones Territoriales
- **Título V Régimen económico**
 - Capítulo 1. Recursos del Colegio
 - Capítulo 2. Gestión Económica e Intervención
 - Capítulo 3. Administración del Patrimonio
 - Capítulo 4. Plantilla del Colegio
- **Título VI Sobre el régimen electoral**
 - Capítulo 1. Generalidades
 - Capítulo 2. Procedimiento electoral
 - Capítulo 3. Régimen de recursos
- **Título VII Sobre el régimen disciplinario**
 - Capítulo 1. Generalidades
 - Capítulo 2. Régimen de infracciones
 - Capítulo 3. Régimen de sanciones
 - Capítulo 4. Procedimiento disciplinario sancionador
 - Capítulo 5. Régimen de recursos
- **Título VIII Sobre el régimen de recursos**
- **Título IX Sobre la modificación de los Estatutos**
- **Título X Sobre las relaciones con la Administración de la Generalitat y otras entidades**

- **Título XI Sobre el procedimiento de modificación de la estructura del Colegio**
- **Título XII Sobre la disolución y liquidación del Colegio**

8.2.2. Órganos colegiados y régimen económico

El órgano colegiado encargado de gestionar y administrar la institución es la Junta de Gobierno, que es elegida democráticamente cada cuatro años por todos los colegiados. Está constituida por un Decano, seis Vicedecanos (uno por cada Demarcación Territorial)⁹⁷, un secretario, un tesorero y vocales en función del número de colegiados de cada Demarcación, actualmente son diecisiete⁹⁸. La actual Decana es la periodista Neus Bonet, elegida junto al resto de la Junta de Gobierno en 2014⁹⁹. Otros nombres que con anterioridad presidieron el Colegio fueron: Carles Sentís (que fue quien lideró el proyecto de creación del Colegio en 1985), Josep Pernau, Salvador Alsius, Montserrat Minobis, Joan Brunet, Josep M. Huertas, Josep Rius y Josep M. Martí.

Las funciones de la Junta de Gobierno quedan recogidas en el artículo 35 de los Estatutos del Colegio, entre los que destacan:

- La actividad de dirección, administración y gobierno del Colegio.
- Cumplir los acuerdos del Pleno y de las Asambleas.
- Cumplir y hacer cumplir los Estatutos y las normas internas.
- Confeccionar los presupuestos económicos anuales y recaudar las cuotas y otras aportaciones de los colegiados.

⁹⁷ Las Demarcaciones Territoriales son las de Barcelona, Tarragona, Lleida, Girona, Terres de l'Ebre y Catalunya Central.

⁹⁸ El criterio establecido según el artículo 34.2 de los Estatutos es el siguiente: “Cada Demarcación estará representada en el Pleno de la Junta de Gobierno por un vicedecano o vicedecana, y por un vocal siempre que la Demarcación cumpla con un mínimo de cien personas colegiadas. Las Demarcaciones que superen las doscientas personas colegiadas tendrán una nueva vocalía por cada fracción de hasta trescientas personas colegiadas más a partir de las primeras doscientas”.

⁹⁹ El resto de miembros son los seis vicedecanos representantes de sendas Demarcaciones Territoriales: Marc Vidal (Barcelona), Sara Sans (Tarragona), Rafael Gimena (Lleida), Silvia Tejedor (Terres de l'Ebre), Joan Ventura (Girona) y Gonçal Mazcuñan (Cataluña Central); Jordi Navarro (Secretario); Josep Maria Martí (Tesorero); y los 17 vocales: Enric Badia, Jordi Basté, Ramon Besa, Frances Canosa, Silvia Cobo, Núria de José, Laura Fanals, Laia Forés, Joan García, Teresa Turiera-Puigbó, Mònica López, Ismael Nafria, Carles Prats, Jesús Riverola, Alicia Oliver, Joan Josep Carot y Esteve Giralt.

- Resolver los recursos de reposición presentados contra sus decisiones.
- Crear y disolver las comisiones colegiadas.
- Aprobar las normas internas de funcionamiento y establecer el modelo de organización.
- Aprobar la propuesta de los Estatutos y del Reglamento de régimen interno, así como sus modificaciones, y elevarlos a la Asamblea General para su aprobación definitiva.
- Intervenir, por la vía de la conciliación o arbitraje, en las cuestiones que, por motivos relacionados con la profesión o la actividad profesional, se susciten entre los colegiados.
- Imponer, con la instrucción previa de un expediente disciplinario, sanciones disciplinarias.

El otro órgano colegiado del Colegio es la Asamblea General. De él forman parte todos los colegiados (activos, no activos y jubilados) y pueden participar con voz y voto de cuantas Asambleas Generales se convoquen, sean ordinarias o extraordinarias. Sus funciones vienen descritas en el artículo 28 de los Estatutos y entre las más importantes destacan:

- Aprobar y modificar los Estatutos y el Reglamento del Colegio.
- Acordar la destitución de los miembros de la Junta de Gobierno.
- Examinar y aprobar la gestión hecha por la Junta de Gobierno, los presupuestos, las cuentas anuales y las liquidaciones.
- Fijar las cuantías de las cuotas de los colegiados.
- Decidir sobre la adquisición, la disposición o el gravamen de los bienes patrimoniales.
- Aprobar y modificar el Código Deontológico.
- Decidir sobre las cuestiones que la Junta de Gobierno someta a su consideración.

- Resolver sobre cualquier cuestión que le atribuyan las leyes, el Reglamento o los Estatutos.

En el plano económico sus recursos vienen principalmente de las cuotas de los colegiados, de los derechos de colegiación y de expedición de certificados y carnets, así como de la elaboración remunerada de informes, dictámenes y estudios solicitados por particulares, empresas u organismos oficiales. Otra fuente de ingresos son las correspondientes a subvenciones, donativos o legados de los que pueda beneficiarse el Colegio.

8.2.3. Funciones y objetivos

El Colegio tiene como finalidad defender la libertad de expresión y el derecho a la información recogidos en el artículo 20.1 de la Constitución Española, defender la independencia y la libertad informativa de los periodistas, así como el derecho de estos al secreto profesional y a la cláusula de conciencia. Como órgano que vela y apuesta por la autorregulación, entre sus funciones está la de garantizar el cumplimiento de las buenas prácticas profesionales y vigilar la labor de los periodistas para que sus actuaciones sean conforme a lo establecido en su Código Deontológico, además de proteger los intereses de los usuarios y consumidores de la actividad de los medios. Por otra parte, el hecho de ser una corporación de carácter profesional le permite presentarse como representante de los intereses generales de la profesión ante las Administraciones Públicas, los organismos públicos y privados y los particulares.

En definitiva, el advenimiento del Colegio ha hecho posible una de sus máximas aspiraciones: que “la profesión periodística catalana se haya ido adaptando a la sociedad actual, más plural, compleja e interconectada que nunca, que necesita de unos medios de comunicación independientes y unos profesionales que le garanticen el derecho a una información de calidad para

favorecer la participación ciudadana como garantía de control democrático del poder político”¹⁰⁰.

Una vez que el Constitucional rechazó la colegiación obligatoria de todos los profesionales catalanes, que hubiera garantizado la representatividad del Colegio al conseguir “superar de golpe una (quizá la principal) de las dificultades para lograr la unión de los periodistas: el carácter voluntario de las asociaciones” (Aznar, 2011: 163), su mayor aspiración ha sido la de lograr que los profesionales que ejercen en Cataluña se colegien masivamente de manera voluntaria. No deja de ser un requisito si lo que se pretende es convertir el Colegio en un instrumento representativo de todo el sector periodístico, tanto de puertas afuera como hacia dentro. La autoridad moral y legal del Colegio de Periodistas de Cataluña durante estos años ha sido posible en parte gracias a los objetivos marcados durante este tiempo. Unos propósitos basados en la defensa de las condiciones laborales y en el compromiso deontológico profesional. Y para conseguir ese compromiso con la profesión y con la sociedad el Colegio, a través de sus Estatutos, destaca cuáles son sus funciones públicas, una treintena de puntos recogidos en los artículos 7 y 8 que a continuación aglutinamos en tres grupos relativos a cuestiones laborales, deontológicas y formativas de los colegiados:

- En el plano laboral: Mejorar de las condiciones de trabajo de los periodistas mediante el ordenamiento de la profesión de acuerdo a la normativa vigente, defender sus intereses laborales y su regulación con el fin de impedir la competencia desleal, el intrusismo y el abuso de las empresas; colaborar con la Administración para la adopción de medidas sobre la ordenación y la regulación del acceso al ejercicio de la profesión, así como cualquier otra norma que afecte al sector.
- En el plano deontológico: Garantizar el ejercicio adecuado a la deontología y a las buenas prácticas éticas de la profesión; disponer de

¹⁰⁰ Así queda recogido en el Preámbulo de los Estatutos.

un servicio de atención a los consumidores y usuarios para tramitar las quejas y reclamaciones referidas a la actividad profesional de los colegiados; poner a disposición del público una ventanilla única con información sobre los Estatutos del Colegio, el Código Deontológico profesional, las vías de reclamaciones y quejas, los recursos que pueden interponer en caso de conflicto y las direcciones y enlaces de asociaciones u organizaciones de consumidores y usuarios a los que pueden dirigirse.

- En el plano formativo: Ofrecer servicios profesionales de valor a sus colegiados, adaptados a las necesidades de cada momento, como son el Centro de Formación¹⁰¹, la Bolsa de Trabajo o los diversos servicios de asesoramiento profesional, tecnológico o fiscal; organizar cuantas actividades sean de interés tanto para las personas colegiadas como para las sociedades profesionales, así como poner a disposición de los periodistas toda la información necesaria para el acceso a la profesión y al mercado de trabajo.

8.2.4. Colectivos profesionales vinculados con el Colegio

Otra faceta que el Colegio ha venido desarrollando en estos años ha sido la de establecer relaciones con diversos colectivos profesionales y asociaciones vinculados al periodismo. Aparte de la estrecha relación que mantiene con la FAPE, al ser la federación que aglutina todas las asociaciones de la prensa de España, también existe colaboración con varias organizaciones relacionadas con la actividad comunicativa en Cataluña. En la página siguiente aparece la relación de los colectivos profesionales vinculados al Colegio¹⁰²:

¹⁰¹ En este caso es importante reseñar los diferentes Grupos de Trabajo que se han creado sobre distintas especialidades periodísticas con el fin de reciclar y readaptar a los profesionales de la información. Más información se puede encontrar en el sitio <http://www.periodistes.org/ca/home/collegi/grups-de-treball.html>

¹⁰² Información recuperada y actualizada en enero de 2015 en el sitio <http://www.periodistes.org/ca/home/collegi/presentacio/colectius-professionals.html>

- **Asociación de Periodistas Europeos de Cataluña (APEC)**¹⁰³. Está formada por profesionales que participan activamente en la divulgación de los valores de la integración europea.
- **Asociación Catalana de Comunicación Científica (ACCC)**¹⁰⁴. Se constituyó en 1990 como una entidad profesional que agrupa a comunicadores y periodistas especializados, científicos, divulgadores y editores del ámbito catalán interesados en difundir la información científica a través de los medios escritos y audiovisuales.
- **Asociación de Mujeres Periodistas de Cataluña (ADPC)**¹⁰⁵. Trabaja por el reconocimiento de la igualdad profesional de las periodistas, por conseguir el acceso a puestos de decisión en los medios de comunicación, promover una imagen digna de las mujeres y por incorporar la perspectiva de género en las informaciones.
- **AulaMedia**¹⁰⁶. Tiene como objetivo promover el debate y la difusión de la educación mediática, así como la formación –en este ámbito- de sectores profesionales, esencialmente profesores y periodistas.
- **Asociación Comunicación Pública**¹⁰⁷. Tiene como principal finalidad el reconocimiento social e institucional de la comunicación que se realiza de manera profesional desde las administraciones públicas en Cataluña. Agrupa a más de un centenar de profesionales de gabinetes de prensa y comunicación.
- **Asociación de Periodistas de Información Económica de Cataluña (APIEC)**¹⁰⁸. Vela por todos los periodistas económicos en Cataluña, así como por la información del sector que sale en los medios de comunicación.

¹⁰³ En catalán, Associació de Periodistes Europeus de Catalunya. Su web es www.apec.cat

¹⁰⁴ En catalán, Associació Catalana de Comunicació Científica. Su web es www.accc.cat

¹⁰⁵ En catalán, Associació de Dones Periodistes de Catalunya (ADPC). Su web es www.adpc.cat

¹⁰⁶ En catalán, AulaMèdia. Su web es www.aulamedia.info

¹⁰⁷ En catalán, Associació Comunicació Pública. Su web es www.comunicaciopublica.cat

¹⁰⁸ En catalán, Associació de Periodistes d'Informació Econòmica a Catalunya. No dispone de web propia, utiliza la del Colegio de Periodistas: www.periodistes.org

- **Red Internacional de Mujeres Periodistas**¹⁰⁹. Esta Red aglutina desde 2005 a mujeres periodistas y comunicadoras de todo el mundo para analizar la visión de género en los medios de comunicación.
- **Asociación de Periodistas y Escritores Agrarios de Cataluña (AGROPRES)**¹¹⁰. Tiene como principal finalidad contribuir al desarrollo del sector agrario mediante la información y la formación, así como potenciar la divulgación de la información agraria en los medios de comunicación.
- **Asociación Barcelonesa de la Prensa Deportiva (ABPE)**¹¹¹. Aglutina a los periodistas especializados en prensa deportiva de Barcelona.
- **Sord Press**¹¹². Desde 2007 esta entidad realiza el “Magazine de Noticias” y la “Tribuna Oberta-Sordpress TV” en el Colegio de Periodistas de Cataluña, un especial de conferencias que sirve para propiciar el derecho de un servicio de información periodística de calidad a las personas sordas.

8.3 Consejo de la Información de Cataluña (CIC)

El Consejo de la Información de Cataluña, cuyo nombre original en catalán es *Consell de la Informació de Catalunya*, más conocido con el acrónimo CIC o *Consell*, es creado por el Colegio de Periodistas de Cataluña en 1997. Hasta ese año, “la historia de los consejos en España se escribe con una frase: hasta entonces no se había creado nunca ninguno de estos organismos” (Aznar, 2011: 277). Sin embargo, eso no quiere decir que la idea de crear un Consejo de Prensa no estuviera planeando sobre la orbita de los periodistas catalanes, puesto que ya en 1992, con la aparición del Código Deontológico

¹⁰⁹ En catalán, Xarxa Internacional de Dones Periodistes. Su web es www.moncomunicacio.com/xarxa

¹¹⁰ En catalán, Associació de Periodistes i Escriptors Agraris de Catalunya. Su web es www.agropres.wordpress.com

¹¹¹ No dispone de web propia, utiliza la del Colegio de Periodistas: www.periodistes.org

¹¹² Su web es www.sordpress.org

del propio Colegio, sus redactores ya lo previeron en su declaración final del texto “anunciando la necesidad de contar con un organismo arbitral” (Suárez Villegas, 1999: 137). El párrafo final dice textualmente:

De cara a una mejor y más fiel realización de esta tarea, habría que considerar la constitución de un organismo arbitral, representativo, plural e independiente de los poderes públicos que, sin olvidar los derechos constitucionales que asisten a los particulares y las empresas, y al margen de las atribuciones de los órganos judiciales, atendiese de forma permanente esta función¹¹³.

Es lógico, por tanto, que una vez aprobado el Código y asumido su contenido por los profesionales y las empresas de medios, se creara un órgano de seguimiento de las normas deontológicas de la profesión, donde los ciudadanos pudieran presentar las quejas y reclamaciones sobre aquellos contenidos publicados por los medios de comunicación contrarios a su articulado. No obstante, a pesar que desde finales de 1992 estuviera contemplado en el Código y asumido por los periodistas catalanes, todavía tardará algo más de cuatro años en ver la luz y en ser una realidad¹¹⁴.

8.3.1. Origen y puesta en marcha

Tal como recoge Aznar (1999) en su compendio deontológico, el primer paso para constituir el *Consell de la Informació* se dio en enero de 1994, catorce meses después de aprobado el Código Deontológico. La responsabilidad de fraguar esta nueva iniciativa recayó en quien será el primer presidente del CIC, el profesor y periodista Lorenzo Gomis¹¹⁵. En su inspiración tuvo mucho que ver el Comité de Quejas británico (PCC), pues su dilatada experiencia y la influencia que ha tenido en otros países europeos que

¹¹³ Último párrafo de la Declaración final del Código Deontológico del Colegio de Periodistas de Cataluña que aparece en los documentos anexos de este trabajo.

¹¹⁴ El tiempo que va desde octubre de 1992, fecha en que aprueba el Código Deontológico en el II Congreso de Periodistas Catalanes, y diciembre de 1996, en el que se firma el protocolo de constitución del CIC en el transcurso del III Congreso de Periodistas. No obstante, el CIC no comenzará su actividad hasta enero de 1997.

¹¹⁵ Los siguientes presidentes del CIC serán Francisco González Ledesma, Josep Pernau, Llúcia Oliva y el actual presidente Roger Jiménez.

llegaron a la autorregulación antes que nosotros, también lo ha sido para el caso catalán y español. Así lo reconoce Josep Pernau cuando dice, “nunca agradeceremos bastante a la prensa británica que, sin saberlo, frenó con inteligencia las intenciones de los que nos querían silenciar [porque] nos dio argumentos para crear y defender la estructura que tenemos en Cataluña” en referencia al Código Deontológico y al CIC, del que era presidente cuando pronunció estas palabras en el debate sobre “Los modelos europeos de autorregulación periodística” celebrado en noviembre de 2005 en Madrid (Pernau, 2005).

Como lo que se pretendía era que el CIC fuera aceptado por la totalidad del sector, tal como sucedió con el Código, se practicó una estrategia similar a la que emplearon los redactores del texto deontológico. Es decir, se realizó una labor explicativa con aquellas instituciones y colectivos que tuvieran alguna relación con el proyecto y pudieran aportar contenidos de interés. Así, se estableció una ronda en encuentros con representantes de la Sindicatura de Greuges, de varios Colegios Profesionales, Universidades y Fundaciones; y también con los directores y editores de los principales medios de comunicación de Cataluña. La decisión a la que se llegó fue la de crear un organismo independiente del Colegio y que estuviera participado, además, de otros agentes sociales (Aznar, 1999). Se trataba, pues, de construir un órgano lo más plural y representativo de la sociedad. Y bajo esa premisa, y con el compromiso tanto de los medios como de los profesionales, se crearon los cimientos del primer Consejo de Prensa en España.

La decisión para la puesta en marcha del CIC se tomó en el III Congreso de Periodistas Catalanes celebrado en diciembre de 1996, donde se aprobó el Protocolo de constitución del órgano autorregulador y en el que se reconocía y se aceptaba su autoridad moral. Además del Colegio de Periodista de Cataluña, avalaron este Protocolo las universidades catalanas con estudios

de periodismo¹¹⁶, varios sindicatos y asociaciones profesionales de la información¹¹⁷, así como una treintena de empresas de prensa, radio y televisión radicadas en Cataluña¹¹⁸ (Aznar, 1999: 137).

8.3.2. Independencia orgánica y económica

El *Consell de la Informació* nació independiente del Colegio, pero también de la profesión. Y para demostrarlo se decidió que estuviera participado por periodistas, pero también por una amplia mayoría de agentes sociales. El primer Consejo estuvo formado por 15 miembros; de ellos, seis, eran periodistas, y el resto (nueve) representantes de la sociedad. Esa decisión, en palabras de Pernau, estuvo motivada principalmente porque no querían ser un apéndice del Colegio, ni tampoco que el órgano encargado de estudiar las quejas estuviera formado mayoritariamente por periodistas. “No queríamos un montaje endogámico”. La razón era clara y la solución, sencilla: “Si la materia prima de la información surge de la sociedad y transformada vuelve a la sociedad, y si la sociedad tenía que presentar las quejas por las transgresiones deontológicas, tenía que ser la sociedad la que nos juzgara” (Pernau, 2006: 104-105). Y Desde entonces se sigue con el mismo criterio.

Actualmente el CIC está compuesto por 11 vocales, un presidente y un secretario general, todos ellos personas de reconocido prestigio¹¹⁹. De ellos,

¹¹⁶ Universidad Autónoma de Barcelona, Universidad Pompeu Fabra y Universidad Ramón Llull.

¹¹⁷ Sindicato de Periodistas de Cataluña, Asociación Catalana de Prensa Comercial, Asociación de Publicaciones Periódicas en Catalán, Asociación Catalana de Radiodifusión Privada, Federación de Televisiones Locales de Cataluña, Federación de Radios y Televisiones Locales de Cataluña y Sociedad Catalana de Comunicación.

¹¹⁸ **Prensa:** ABC, *Avui*, *Diari de Sabadell*, *Diari de Terrassa*, *Eco*, *La Mañana*, *El Mundo*, *El Mundo Deportivo*, *Nou Diari*, *El Nou*, *El País*, *El Periódico de Catalunya*, *El Punt*, *Regió 7*, *Segre*, *Sport* y *La Vanguardia*. **Radio:** COM Radio, Radio Popular COPE, Onda Cero, Onda Rambla, Radio Barcelona SER, Emisoras Municipales de Barcelona (EMUC), Catalunya Radio, Radio Nacional de España. **Televisión:** TV3, TVE, Barcelona TV. **Agencias:** EFE y Europa Press.

¹¹⁹ Actualmente los miembros del CIC son: los periodistas Roger Jiménez, presidente, y Albert Garrido, secretario general; y los vocales: Xavier Ureta (pedagogo), Salvador Alsus (profesor de Comunicación), Pepe Encinas (periodista), Lluís de Carreras (abogado), Salvador Giner (profesor de Sociología), Carlos Ruiz (profesor de Ética), Teresa Freixes (catedrática de Derecho), Josep Terés (médico y miembro del comité de ética asistencial), Magda Oranich (abogada), Dolors Massot (periodista) y Núria Carrera (trabajadora social). Información recuperada el 16 de enero de 2015 en: <http://fcic.periodistes.org/es/que-es-cic/miembros-de-cic/>

sólo 4 son periodistas, el resto provienen del ámbito del derecho, la docencia, las humanidades y la bioética.

De otro lado, la decisión de que fuesen los propios medios quienes se hiciesen cargo de su financiación, a través de sus cuotas, da una idea de hasta dónde estaban dispuestas a colaborar las empresas periodísticas con el proyecto autorregulador. Muy acertadamente se prefirió renunciar a las subvenciones públicas e iniciar la andadura sólo con lo que aportarían editores y propietarios (Pernau, 2006). Si de verdad apostaban por el autocontrol, deberían demostrarlo asumiendo su coste económico Y lo hicieron aun sabiendo que era un mecanismo que iba a sacar los trapos sucios y la forma poco escrupulosa de trabajar de profesionales y empresas. Aunque no faltaron voces críticas que les auguraban un estrepitoso fracaso, la mayor parte de los medios colaboraron mediante cuotas que iban desde los 300 euros hasta los 1.800¹²⁰, salvo la excepcional aportación de casi 3.000 euros (480.000 pts.) del Colegio de Periodistas. A juicio de Pernau, gran conocedor del sector mediático especialmente en Cataluña, si los medios se comprometieron con el sostenimiento económico del *Consell de la Informació de Catalunya* fue porque “en su mayor parte, las empresas entendían que financiar un órgano de arbitraje de la ética periodística era invertir en imagen de calidad” (*id.* 105). Lo que viene a demostrar que la ética, además, proporciona credibilidad y prestigio.

En la siguiente página presentamos un cuadro con las primeras aportaciones de los medios y asociaciones profesionales que colaboraron en 1997 a la creación y puesta en marcha del *Consell de la Informació de Catalunya*, recogido en Aznar (1999: 142).

¹²⁰ En aquella época, de 50.000 a 300.000 pesetas.

Parte II: Órganos de Autorregulación

CUADRO DE APORTACIONES ECONÓMICAS		
Entidades	Pesetas	Euros
Colegio de Periodistas de Cataluña	480.000.-	2.880.-
<i>El País</i>	300.000.-	1.800.-
<i>El Periódico de Catalunya</i>	300.000.-	1.800.-
<i>La Vanguardia</i>	300.000.-	1.800.-
TV3	300.000.-	1.800.-
TVE	300.000.-	1.800.-
<i>Diari Sport</i>	200.000.-	1.200.-
<i>Mundo Deportivo</i>	200.000.-	1.200.-
Agencia EFE	150.000.-	900.-
<i>Avui</i>	150.000.-	900.-
Europa Press	150.000.-	900.-
<i>ABC</i>	100.000.-	600.-
Asociación de Radiodifusión Privada	100.000.-	600.-
Barcelona TV	100.000.-	600.-
Cadena COPE	100.000.-	600.-
Catalunya Ràdio	100.000.-	600.-
COM Ràdio	100.000.-	600.-
<i>Diari de Girona</i>	100.000.-	600.-
<i>Diari de Tarragona</i>	100.000.-	600.-
<i>Eco</i>	100.000.-	600.-
<i>El 9 Nou</i>	100.000.-	600.-
<i>El Mundo</i>	100.000.-	600.-
Onda Cero	100.000.-	600.-
Onda Rambla	100.000.-	600.-
<i>Punt Diari</i>	100.000.-	600.-
<i>Regió 7</i>	100.000.-	600.-
RNE	100.000.-	600.-
<i>Segre</i>	100.000.-	600.-
Cadena SER	100.000.-	600.-
Asociación Catalana de Prensa Comarcal	50.000.-	300.-
Asociación de Publicaciones Periódicas en Catalán	50.000.-	300.-
<i>Diari de Sabadell</i>	50.000.-	300.-
<i>Diari de Terrassa</i>	50.000.-	300.-
Federación Pro-Legalización de Televisiones Locales de Cataluña	50.000.-	300.-
Fundación de Radios y Televisiones Locales de Cataluña	50.000.-	300.-
<i>La Mañana</i>	50.000.-	300.-
Total ingresos del CIC	4.980.000.-	29.880.-

8.3.3. Constitución del CIC como Fundación

Tras dos años de funcionamiento y con el fin de que el CIC tuviera personalidad jurídica propia y pudiera ser un órgano completamente independiente y autónomo del Colegio de Periodistas, en 1999 se constituyó como fundación privada. Nació así la *Fundació Consell de la Informació de Catalunya*, “entidad sin ánimo de lucro constituida por la manifestación de voluntad del Colegio de Periodistas de Cataluña, destinada a ser un órgano de arbitraje privado e independiente con el fin de velar por el desempeño de los principios de ética profesional periodística contenidos en el Código Deontológico”¹²¹.

La Fundación se rige por lo dispuesto tanto en la Ley 1/1982, de 3 de marzo, de la Generalitat de Catalunya, como en sus Estatutos y Reglamento de régimen interior. Su órgano de gobierno es el Patronato¹²², donde están representadas las universidades Autónoma de Barcelona, Pompeu Fabra y Ramon Llull, los medios de comunicación públicos y privados, colegios profesionales y entidades cívicas y, por supuesto, el Colegio de Periodistas. Sus miembros se eligen cada cuatro años, aunque pueden ser reelegidos un número indefinidos de veces (art. 2 del Reglamento). Entre las funciones del Patronato están las de representar y administrar la Fundación, aprobar la memoria y las cuentas anuales, así como la designación y nombramiento de los miembros del CIC (tanto el presidente como el secretario general de la Fundación lo son también del CIC).

Los medios y las entidades profesionales y cívicas se adhieren a la Fundación mediante un Protocolo de Adhesión, a través del cual se

¹²¹ Artículo 1 del Reglamento de Régimen Interior de la Fundación.

¹²² Actualmente los miembros del Patronato son: Roger Jiménez (presidente), Albert Garrido (secretario general) y los vocales Joan García (Colegio de Periodistas), Josep Maria Carbonell (Ramon Llull), Josep Maria Casasús (Pompeu Fabra), Josep Maria Català (Autónoma de Barcelona), Rosa Maria Barberà (Colegio de Abogados), Bernat López (profesor de comunicación), Joan Solà (economista), Josep Vilajoana (sociólogo), Patricia Garbancho (periodista), Enric Bastardes (periodistas) y Àngel Tarrés (consumidores y usuarios). Información recuperada el 16 de enero de 2015 en: <http://fcic.periodistes.org/es/que-es-cic/miembros-de-la-fundacion/>

comprometen a respaldar al CIC y al Código Deontológico. Entre las cuestiones más importantes de este protocolo destacamos:

- El reconocimiento del CIC como el organismo que deberá velar por el cumplimiento y la observancia de los criterios recogidos en el Código Deontológico de la profesión periodística catalana.
- La aceptación de su autoridad moral para juzgar las desviaciones contrarias a la deontología profesional.
- Impulsar la difusión de los criterios y objetivos que inspiran su labor.
- La colaboración a su sostenimiento económico.

Actualmente están adheridos al *Consell de la Informació*, a través de su Fundación, 80 empresas de medios, entidades y asociaciones relacionadas con la comunicación¹²³, lo que significa que durante estos 17 años de vida del órgano autorregulador se ha producido un extraordinario aumento de las adhesiones al CIC. Si comparamos los datos de 2014 con los de 1997, año en que inicia su andadura y cuyos titulares aparecen en el cuadro de aportaciones económicas insertado más arriba, las adhesiones han crecido un 125 por ciento, pasando de las 36 iniciales a las 80 actuales. Sin embargo, es

¹²³ **Prensa:** *El Periódico de Catalunya, La Vanguardia, Diari de Girona, El 9 Nou, El Mundo, El País, Regió 7, El Mundo Deportivo, El Punt-Aviú, La Veu d'Àfrica, Revista El Clot, E-Notícies, La Directa, La Cabana, Revista El Fatumer, Revista Lo Pedrís, Terra de Gegants, Revista La Farga, Revista de Banyoles, Quadern de les Idees i les Ciències, Revista del GEIEG, Tot Parc, Guia del Delta de l'Ebre, Phija de Roses, Revista Cinc Cèntims, La Verna, Diari Online Jornalet, Revista Xercavins, La Femosa, Revista Lo Rafal, La Borja, Natonalia.Cat, Vilaveb, El Pedrís Cultural, La Quera, El Diari del Vallés, Església de Tarragona, 3D8 Publicacions Penedès, Qüestions de Vida Cristiana, Ara, Tot Cugat, El Cargol, L'Opció, elRipollès.info, Catalunya Cristiana, , Cugat.cat, y Revista Opcions.*

Radio: SER Cataluña, Radiocat XXI, Flaix FM, Imagina Ràdio, Radio Olot, UA1 Ràdio, Ràdio Marina, Ràdio Ripoll, Ràdio Estel y Catclassics.

Televisión: Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, Dracvisió (Banyoles TV), Canal Taronja TV, ETV-Llobregat, TV Girona, Mola TV, Olot TV, Iniciatives Televisió, Televisió del Ripollès, Cadena Pirenaica de Ràdio i Televisió, Tortosa Televisió, Televisió de l'Ebre, Mitjans Audiovisuals d'Osona, Canal Reus TV y Empordà TV.

Agencias: Europa Press Cataluña.

Asociaciones: Colegio de Periodistas de Cataluña, Associació Catalana de Premsa Comarcal (ACPC), Associació de Publicacions Periòdiques en Català (APPEC), Associació Catalana de Premsa Gratuïta i Mitjans Digitals (ACPG) y Federació de Cooperatives Agràries de Catalunya (AGROACTIVITAT)

Otros: Iniciativas Digital Media (IDM) y Doble Columna.

Información recuperada el 21 de enero de 2015 en: <http://fcic.periodistes.org/que-es-cic/qui-esta-adherit/>

importante destacar que muchos de los medios de referencia que participaron en el nacimiento del CIC y colaboraron económicamente se han dado de baja. Así, por ejemplo, periódicos como *Sport*, *ABC*, *Diari de Tarragona*, *Diari de Sabadell*, *Diari de Terrassa* y *La Mañana*; radios como Onda Cero, Cadena COPE, Onda Rambla, RNE y COM Radio; televisiones como TVE y Barcelona TV; y agencias de noticias como EFE, que formaban parte desde sus inicios, han dejado de pertenecer al CIC. Otros medios que se sumaron años después, como Cambio 16, El Temps, Lleida TV, Localia TV y la agencia Intracatalonia, tampoco aparecen en la nómina de 2014. Aunque los motivos puedan ser de otra índole, como por ejemplo la desaparición del medio, en la mayoría de los casos obedece a cuestiones económicas. Según Llúcia Oliva, expresidenta del *Consell de la Informació* y de la Fundación hasta 2013, entre 2010 y 2013, un 58% de los medios de Cataluña que financiaban el CIC se han dado de baja aduciendo problemas económicos; una mala noticia, tanto para los profesionales como para los ciudadanos, puesto que con ello “se pierde un sistema de autocontrol de la prensa catalana que durante dieciséis años ha constituido un buen instrumento para que la ciudadanía pueda pedir cuentas por la actuación de la prensa”(Oliva, 2013: 11).

8.3.4. Quejas y reclamaciones recibidas

Como órgano que ha de velar por el cumplimiento de los principios recogidos en el Código Deontológico, el CIC tiene entre sus funciones más importantes la de “resolver las quejas por la presunta lesión cometida por un profesional de la comunicación que desarrolle su actividad informativa en el territorio de la Comunidad Autónoma de Cataluña”¹²⁴. Es decir, el CIC se convierte en la autoridad moral del ejercicio del periodismo en Cataluña y con capacidad para resolver las quejas y reclamaciones de carácter deontológico que presenten ante este órgano los ciudadanos y colectivos. Pero, además,

¹²⁴ Artículo 1 del Reglamento de Régimen Interior del CIC.

también tiene competencia para actuar de oficio. Según se recoge en su propio Reglamento, “la presidencia a criterio propio, del Patronato o del *Consell*, podrá tomar la resolución de actuar de oficio en cualquier asunto que considere de trascendencia social”¹²⁵. Los únicos requisitos para atender las quejas es que el plazo de tiempo desde que se produjo el motivo de la misma no sea superior a un mes, aunque en casos justificados la presidencia puede ampliar dicho plazo en quince días, así como que su causa no esté inmersa en ningún proceso judicial: “en caso de que el asunto motivo de la demanda esté pendiente de una resolución judicial, el *Consell* se abstendrá de intervenir por respeto a los Tribunales de Justicia”¹²⁶.

En sus 17 años de recorrido el CIC ha recibido un total de 627 quejas y reclamaciones¹²⁷. De ellas, el 80% se han tramitado, mientras que el 20% restante no han sido admitidas: bien por quedar fuera del ámbito geográfico (el CIC sólo actúa en Cataluña), por haber superado el plazo de un mes desde que se produjo el motivo de la reclamación o por estar inmersa en causa judicial¹²⁸.

Reclamaciones admitidas y no admitidas a trámite		
Admitidas a trámite	501	79,9%
No admitidas a trámite	126	20,1%
TOTAL	627	100%

¹²⁵ Apartado III del Reglamento sobre la Tramitación de las Quejas.

¹²⁶ Apartado XI del Reglamento sobre la Tramitación de las Quejas.

¹²⁷ Tabla con el número de quejas por años:

1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
22	19	9	14	14	25	28	26	66	102	97	43	43	43	24	22	12	18

Destacar, que los años 2005, 2006 y 2007 se realizaron campañas de sensibilización por parte de SOS Racismo en las que enviaron gran número de reclamaciones sobre el uso inadecuado del término *illegal* atribuido a personas inmigrantes; de ahí el aumento considerable del número de quejas esos años (Grup de Recerca en Periodisme (2012).

¹²⁸ Datos recogidos en el estudio realizado por el Grup de Recerca en Periodisme sobre los Dictámenes del *Consell de la Informació de Catalunya* del periodo 1997-2011 y de información remitida al autor por el propio CIC.

Es importante conocer el perfil de quien presenta las reclamaciones. A continuación mostramos una tabla con el número de quejas y sus porcentajes según el grupo o colectivo que las presenta.

Grupo o colectivo que presenta la queja	Cantidad	Porcentaje
Particulares	306	49%
Entidades/Asociaciones	220	35%
Medios de Comunicación/Periodistas	31	5%
Administraciones Públicas	30	5%
Partidos Políticos/Sindicatos	19	3%
Colegio de Periodistas/CIC	13	2%
Otros	8	1%
TOTAL	627	100%

En la tabla siguiente conoceremos los tipos de medios sobre los que se presentan las quejas. Destacar, que algunas de las reclamaciones presentadas van contra dos o más medios de comunicación, de ahí que el número de quejas contra los medios no coincida con el total de reclamaciones presentadas.

Tipos de medios afectados	Cantidad	Porcentaje
Prensa papel (periódicos)	545	76,0%
Televisión	83	11,5%
Radio	36	5,0%
Prensa digital	34	4,5%
Revistas papel	13	2,0%
Agencias	9	1,0%
TOTAL	720	100%

Aunque el número de expedientes tramitados es muy inferior si se compara, por ejemplo, con el consejo de prensa británico, lo importante es disponer de un órgano autorregulador que defienda al público de los excesos de los periodistas y vigile las malas praxis de quienes tienen la obligación de informar con arreglo a los cánones éticos de la profesión. Sin embargo, una de las cuestiones que todavía le falta a la autorregulación española es la referente a la obligatoriedad de aceptar los dictámenes de sus resoluciones, pues tal como establece reglamentariamente el CIC, la vinculación de las partes es sólo voluntaria:

En el ejercicio de sus funciones, el *Consell* aprueba resoluciones que vincularán a las partes que voluntariamente acepten el arbitraje de la Fundación¹²⁹.

Esa misma voluntariedad permite que los medios no estén obligados a difundir las resoluciones del CIC, ni que el medio afectado tenga que reconocer públicamente su error. Es una asignatura que, después de tantos años, todavía tiene pendiente la autorregulación española, pues ni el CIC ni su homónima Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE tienen más poder sancionador que el moral. Y aunque sus resoluciones y dictámenes son públicos, porque aparecen en sus respectivas webs, lo deseable sería que también apareciera en los medios de comunicación, sobre todo, en quienes incumplan los preceptos deontológicos.

8.4 Código Deontológico del Colegio

El Código Deontológico del Colegio de Periodistas de Cataluña se aprobó en octubre de 1992, en el transcurso del II Congreso de Periodistas Catalanes, siete años después de constituido el Colegio. La pretensión de sus impulsores de contar con el apoyo unánime de la profesión catalana, así como la de tener que sortear algún revés motivado por la actualidad política, produjo

¹²⁹ Apartado II del Reglamento sobre la Tramitación de las Quejas.

una dilación de varios años desde que se fraguó la idea de confeccionar un código ético y hasta que por fin pudo ser refrendado por aquellos que debían asumirlo, los periodistas. Y se hizo en el marco de un congreso que ese año se celebró en Barcelona y que contó con una amplísima representación de los profesionales de la información de Cataluña (Aznar, 1999).

De la misma forma que el espejo del Colegio fue la PCC, la de su Código Deontológico será el *Editors' Code*. La forma de actuar y de salir airoso cada vez que los distintos gobiernos ponían en aprietos a la prensa británica a consecuencia de la regulación, sirvió para que un grupo de periodistas catalanes, comprometidos con la autorregulación, tomaran nota de cuantas iniciativas se plantearan desde el Reino Unido en esa lucha por evitar el control legislativo de la información. Desde el Colegio pronto llegaron a la conclusión de que no había otra alternativa que la de demostrar a las autoridades españolas que la prensa aquí también sabía regularse sin necesidad de volver a mecanismos que recordaran tiempos pretéritos no muy lejanos en España. Y fue bajo la presidencia de Carlos Sentís, que hizo suya la iniciativa de la PCC, cuando se empezó a trabajar en la elaboración de un código deontológico (Pernau, 2006). La diferencia respecto a los británicos, nos dirá el autor, es que mientras que allí la decisión partía de las empresas editoras, en Cataluña partiría de los profesionales, aunque pronto se comprometerían las empresas a través de una comisión consultiva creada al efecto. No obstante, los siete años que transcurrieron desde que se constituyó el Colegio y hasta que se aprobó el Código, es una prueba de que la maduración del proyecto fue lenta, porque exigía una larga etapa explicativa que convenciera a periodistas y empresarios de que la normativa deontológica nada tenía que ver con las restricciones legislativas y, mucho menos, con la autocensura.

Después de celebradas multitud de reuniones y consultas de todo tipo, de convocar a la profesión en numerosas ocasiones, se logró avanzar en un texto definitivo cuya redacción resultó clara y concisa, característica propia del

Código catalán. Sin embargo, algo ocurrió para que a finales de 1989, después de tener concluido el texto, la Junta de Gobierno y su presidente decidieran meterlo en un cajón y esperar algo más de dos años hasta volverlo a rescatar.

En algún lugar debía estar escrito que los deseos de los padres de la criatura deontológica, de verla nacer pronto, no se cumplirían. El código estaba prácticamente listo y pronto se habría podido aprobar, pero un viernes, en la conferencia de prensa posterior al Consejo de Ministros, la ministra-portavoz, Rosa Conde, dijo unas palabras que podía haberse ahorrado (Pernau, 2006: 99).

Según relata Josep Pernau en su artículo, la portavoz del gobierno de Felipe González vino a recriminar la actitud de algunos periodistas a la hora de ejercer su trabajo (fue la época en que se destapó el escándalo Juan Guerra, el hermano de Alfonso Guerra, a la sazón vicepresidente del Gobierno). La ministra lamentó que no hubiera en España un código deontológico como el de los periodistas británicos “pues de haberlo, los profesionales pondrían más esmero en su trabajo”, dijo. Estas palabras fueron suficientes como para que los responsables del Colegio decidieran aplazar la presentación pública de su texto ético antes que cualquiera pudiera vincularlo a una iniciativa tomada desde la Moncloa y no desde la independencia de los profesionales del periodismo. El Colegio no podía permitirse que nadie dudara de su independencia y eso motivó el retraso en más de dos años en sacar a la luz el Código Deontológico, en octubre de 1992.

No obstante, continúa el exdecano del Colegio de Periodistas, la coincidencia de las fechas no es pura casualidad. Que en 1989 la entonces primera ministra, Margaret Thatcher, amenazara a la prensa británica con la creación de una legislación antilibelo, al tiempo que los editores respondieran con la aparición de su *Editors' Code* con el claro mensaje de ser capaces de regularse por sí mismos en lugar de que lo hiciera el gobierno, y que por esas mismas fechas el Colegio se pusiera a elaborar una iniciativa desconocida en España hasta entonces, da una idea de la preocupación de gran parte de los

periodistas catalanes por lo que podría acercarse ante lo que estaba sucediendo en Londres. Lo cual demuestra que esa iniciativa del Colegio, de elaborar un código ético, fue fruto del espejo que ha supuesto para el periodismo español la PCC británica y su modelo de autorregulación. Aunque también es necesario destacar la pericia de sus responsables, al decidir meterlo en un cajón para que no coincidiera con las declaraciones del gobierno de la época y evitar así que naciera cuestionado por los propios profesionales y por la opinión pública.

8.4.1 Estructura y contenido del texto deontológico

El Código propiamente dicho es un texto de doce puntos conciso y claro precedido de un preámbulo y una introducción y concluido por una declaración final a modo de epílogo. En el preámbulo, además de destacar el compromiso de los medios de comunicación catalanes con los principios deontológicos que deben sustentar la actividad periodística en una sociedad plural y democrática como la nuestra, sus redactores quisieron dejar constancia de la influencia anglosajona, al reconocer que el texto “se inspira en actuaciones parecidas recientes, adoptadas en países de gran trayectoria democrática y con una sólida institución periodística” (léase Gran Bretaña y la PCC).

De otro lado, en la parte introductoria se deja clara la función social que presta el periodista a través de los medios y la obligación de estos de salvaguardar el derecho a la información y de expresión ante cualquier intento de restricción o coacción procedente de toda forma de poder. Pero además, como actores principales en el ejercicio de ambos derechos fundamentales, se les imponen unos límites: “el respeto al ordenamiento constitucional y los principios deontológicos de la profesión”. Es decir, los periodistas deben defender los derechos fundamentales de los ciudadanos pero no de cualquier manera, sino atendiendo a las normas tanto jurídicas como éticas.

Los 12 criterios que forman el cuerpo deontológico (lo han querido denominarlo así, en lugar de utilizar el término artículo o cláusula) abarcan seis ámbitos, atendiendo la clasificación que hace Josep Pernau (2006):

- Los primeros artículos (criterios) se relacionan con la *calidad y la solvencia del trabajo*. El primero se refiere a la distinción entre hechos y opiniones, y a la prohibición del empleo del rumor. El segundo trata sobre la precisión de los datos y la no utilización de expresiones o calificativos injuriosos. El tercero, sobre la rectificación en caso de error y la disculpa si fuera necesario. Y el cuarto, el empleo de métodos dignos para la consecución de la información.
- El segundo ámbito tiene que ver con el *respeto a los ciudadanos como fuentes*. La ciudadanía puede colaborar con el profesional pero no está obligada. No se puede acosar a nadie para que cuente lo que no quiere, por muy importante que sea. Pero aun en el caso de que hayan contado algo, siempre podrán invocar el *off the record*, que el periodista deberá respetar escrupulosamente. Estos argumentos quedan expresamente recogidos en el quinto y sexto lugar.
- El tercer ámbito está relacionado con la *cantela*. Los artículos siete y ocho son un freno a la corrupción y a la tentación “perversa” del periodista. Ambos sancionan la aceptación de retribuciones o gratificaciones de terceros por promover información interesada, así como la de utilizar información privilegiada en beneficio propio.
- El cuarto ámbito defiende el *respeto a la intimidad, el honor y la inocencia de las personas*. Se ha de respetar la imagen, la intimidad y el honor de las personas, pero especialmente en situaciones de dolor y aflicción; como también respetar celosamente la presunción de inocencia de quienes todavía no han sido juzgados, tal como queda recogido en los puntos noveno y décimo.

- El quinto ámbito tiene que ver con el *respeto a los menores*. El penúltimo criterio deja claro el escrupuloso cuidado que se ha de tener con toda la información que afecte a menores, especialmente cuando existan delitos sexuales.
- El sexto ámbito es el de la *discriminación de las personas*. Rigor y responsabilidad en las informaciones que puedan suscitar cualquier tipo de discriminación por razones de sexo, raza, creencia o extracción social y cultural, así como la que pueda incitar al uso de la violencia. Queda recogido en el último de los doce criterios en que se dividen los preceptos deontológicos.

Por último, la declaración final recoge algunos aspectos de vital importancia para los periodistas y para el periodismo. Por un lado, advierte de que los profesionales han de disponer “de los medios e instrumentos imprescindibles para poder desarrollar su actividad con plena independencia, libertad, iniciativa y sentido de la responsabilidad, tanto en lo profesional como en lo laboral”; que para garantizar los derechos individuales de los profesionales, y de su compromiso ante los ciudadanos, los periodistas deben estar “amparados por la cláusula de conciencia y el secreto profesional”; y consideran necesario el establecimiento de estatutos de redacción “como instrumento más adecuado para delimitar sus derechos y deberes en las empresas y para conseguir en última instancia una mayor transparencia en el ejercicio de su función ante los ciudadanos”.

Por otro lado, también apela a la responsabilidad de las empresas para que velen por la buena imagen de la profesión procurando evitar prácticas que puedan ser abusivas y corruptivas, así como aquellas que puedan limitar el derecho de los ciudadanos a la libertad de expresión y de información. Y el último párrafo, ahora superado desde la creación del CIC, es el que hace referencia a la constitución de un órgano arbitral, independiente de los

poderes públicos, para que garantice el cumplimiento del Código Deontológico.

En la actualidad (finales de 2014) el *Consell de la Informació* está trabajando en la modificación del Código para adaptarlo a las nuevas realidades que Internet está planteando. Para ello, desde principios de 2013 se ha creado una comisión de reforma del Código Deontológico constituida por miembros y antiguos miembros del CIC con el objetivo de analizar cada uno de sus artículos y adaptarlos al nuevo contexto social y mediático en el que Internet y las nuevas tecnologías juegan un papel fundamental.

CAPÍTULO IX

LA ASOCIACIÓN PARA LA AUTORREGULACIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMERCIAL (AUTOCONTROL), UN EJEMPLO A SEGUIR

Aunque no se corresponde con un órgano de autorregulación de la actividad periodística, puesto que Autocontrol tiene como objeto velar por la deontología de la publicidad comercial exclusivamente, su similitud con lo que debe ser el papel de los Consejos de Prensa es tan grande que bien podríamos extrapolar su modelo de gestión, al considerarlo un ejemplo a seguir. Ambos órganos comparten el mismo objetivo: la autorregulación de una actividad que se desarrolla a través de los medios de comunicación, mediante la aplicación de un código deontológico compartido por empresas, profesionales y público.

Su voluntad autorreguladora se pone de manifiesto desde el momento en que elaboran su propio código de ética publicitaria, comprometen a los agentes que intervienen en la actividad a asumirlo y se convierten en autoridad moral para dirimir conflictos y elaborar informes relacionados con la publicidad. Una voluntad, nos dirá Aznar, que se manifiesta en la “aplicación de medidas rigurosas a la publicidad que no se ajusta a las normas, entre las que se prevén la amonestación al anunciante, el requerimiento para la retirada del anuncio y la solicitud a los medios para que no lo difundan, así como la publicación en los medios de las resoluciones que pueda tomar la AAP¹³⁰ [Autocontrol]” (2011: 287).

Gracias a la creación de entidades de estas características el compromiso con la autorregulación se fortalece, puesto que se implican todos los agentes involucrados de la actividad publicitaria: anunciantes, creativos y

¹³⁰ APP (Asociación para la Autorregulación de la Publicidad) es el nombre originario con que nació Autocontrol. Actualmente su denominación es Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial. No obstante, desde siempre se ha conocido y utilizado el apelativo Autocotrol.

agencias de publicidad, medios de comunicación, asociaciones de usuarios y consumidores, público... Lo que significa *trabajar por una publicidad responsable*¹³¹. Dado que la publicidad es un elemento básico dentro del proceso económico de las sociedades liberales, es necesario desarrollar una publicidad a través del respeto a las normas éticas y los derechos de los ciudadanos. Por eso, iniciativas como ésta no pueden servir más que para consolidar el concepto de la autorregulación y servir de escaparate para el sector de la comunicación.

9.1 Origen y objeto de Autocontrol

La Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial, más conocida como Autocontrol, se creó a mediados de 1995 con el objetivo de gestionar el sistema español de autorregulación publicitaria y dotar al sector de los recursos necesarios para llevarla a cabo. Su actividad se asienta principalmente sobre tres pilares básicos: el cumplimiento de las normas recogidas en su código deontológico por parte de sus socios; la tramitación de quejas y reclamaciones presentadas por consumidores, empresas o Administraciones; y el asesoramiento sobre la corrección ética y legal de las campañas publicitarias antes de su emisión¹³². Es importante destacar que su función se centra exclusivamente en la publicidad comercial y no en la política, que queda excluida por expreso deseo de sus miembros.

En el plano económico funciona con plena autonomía e independencia tanto de las instituciones públicas como privadas. Su éxito radica en que las agencias, empresas, asociaciones y medios de comunicación vinculados a la publicidad más importantes de España forman parte de Autocontrol y colaboran, a través de sus cuotas, en el mantenimiento del órgano autorregulador. Anualmente presentan una memoria¹³³ donde publican el balance económico y de las actividades del año; también se recogen los datos

¹³¹ En referencia a su propio eslogan: “Autocontrol: trabajamos por una publicidad responsable”.

¹³² Información recuperada y actualizada los días del 15 al 24 de diciembre de 2014 en, www.autocontrol.es

¹³³ En la web se pueden descargar las memorias de varios ejercicios.

estadísticos referentes a las reclamaciones y resoluciones asistidas, los plazos de tramitación o los tipos de medios de difusión más denunciados.

Actualmente Autocontrol cuenta con más de 450 miembros directos y 4.000 indirectos, lo que representa más del 70% de la inversión publicitaria en España. Entre sus socios (miembros directos) encontramos agencias y empresas de publicidad (59), anunciantes (339), asociaciones profesionales (35) y medios de comunicación (40)¹³⁴.

9.1.1. Medios de comunicación adheridos

En este apartado interesa destacar los medios de comunicación tanto públicos como privados que son miembros directos (socios) de Autocontrol. Algunos de ellos forman parte a través de los grupos a los que pertenecen o de las empresas que les gestionan la actividad publicitaria. A continuación presentamos una relación ordenada alfabéticamente de los más importantes, separados en tres bloques: radio y televisión, prensa e Internet:

Radio y Televisión:

- Atres Advertinsing (Antena 3 TV, Onda Cero, Europa FM)
- Best of TV Iberia
- Canal Sur Televisión
- Clear Channel España
- Compañía de Radio Televisión de Galicia
- Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals
- Corporación Aragonesa de Radio y Televisión
- Corporación RTVE
- Discovery Communications Spain & Portugal
- Disney Channel
- Ens Públic Radiotelevisió de les Illes Balears

¹³⁴ Información actualizada y recuperada el 20 de diciembre de 2014 en www.autocontrol.es

- Eukal Irrati Telebista
- MTV Channel España
- Grupo Unión Radio
- Publiespaña (Grupo Telecinco)
- Publipress Media (RAC 1 y RAC 105)
- Publiseis (La Sexta)
- Radio Popular (Cadena Cope)
- Radio Publi (Vocento)
- Radio Televisión Castilla y León
- Sociedad Española de Raiodifusión (Cadena Ser)
- Sogecuatro (Cuatro TV)
- Sony Pictures Television Networks
- Televisión Autonomía Madrid
- Televisión Autonómica de Castilla-La Mancha
- Televisión Autonómica de Murcia
- Televisión del Principado de Asturias
- Televisión Pública de Canarias
- Turner Broadcasting System España (TCM, Cartoon Network)

Prensa:

- Corporación Voz de Galicia
- Diario *ABC* (Vocento)
- Ediciones Primera Plana (*El Periódico*)
- GPS Gestor de Publicaciones (*Cosmopolitan, Marie Claire, Mía, Geo, Ser Padres, Muy Interesante, Muy Historia*)
- Grupo Prisa (*El País, As, Cinco Días y GDM*)
- Media Responsable (*Corresponsable*)

- Publipress Media (*La Vanguardia, Mundo Deportivo y Magazine*)
- Revista *Hola*
- Unidad Editorial (*El Mundo*)

Internet:

- Google Spain
- Prisacom
- Terra Networks
- Tuenti Technologies
- Yahoo Iberia

9.1.2. Agencias y empresas de publicidad

El hecho de que la mayoría de las agencias y empresas de publicidad que operan en España estén asociadas a Autocontrol¹³⁵ significa dos cosas: una, el reconocimiento público y corporativo de la autorregulación como la mejor opción para la actividad que desarrollan; otra, la emancipación en las relaciones entre empresas, clientes y destinatarios respecto a otras fórmulas de regulación del mercado. Sin perjuicio de las medidas que nuestro ordenamiento prevé en los códigos jurídicos, la apuesta decidida de las empresas por resolver los conflictos a través de un órgano autorregulador

¹³⁵ Las agencias y empresas de publicidad adheridas a fecha de 20 de diciembre son 59 (por orden alfabético): Antevenio, S.A., Arena Media Ommunicationsd España, S.A., Bamf Producciones S.L., Bigfish Media, Cemusa (Corporación Europea de Mobiliario Urbano, S.A.), Clece, S.A., Compañía Creativa Santa Idea, S.L., Contrapunto, S.A., DDB Madrid, S.A., Dentsu Aegis Network (Aegis Media Iberia, S.L.), Digital Media Publicidad Marketing y Distribucion, S.L., Dimensión Marketing Directo, S.A., Draft FCB Spain, S.A., Empresa Municipal de Transporte de Madrid, S.A., Exterion Media Spain, S.A., Free Range Puppies, S.L., Ganesh GlobalMmedia, S.L., Glomeco, S.L.U., Grey España, S.L.U., Groupm Publicidad Worldwide, S.A., Grupo Global, Havas Worldwide Spain, S.A.U., Hispanetwork Publicidad y Servicios, S.L., Hogarth Worldwide Limited, Ideo Media Televisión, Institut Municipal del Paisatge Urbá, Inteligencia y Media, S.A., JC Decaux España, S.A., JWT Delvico, S.L., La Despensa de Ingredientes Creativos, S.L., Leo Burnett Iberia, S.L.U., Lowe & Partners, S.L.U, MCCANN Erickson España, S.A., Media Planning Group (MPG), Mediaedgencia Mediterránea, S.A., Movierecord Cine, S.A.U., Ogilvy & Mather, S.A., Ortiz Moro, María del Mar, Pingüino Torreblanca & Partners, Producciones Audiovisuales Fast Forward, S.L., Promedios Exclusivas de Publicidad, S.L., Publicis Comunicación España, S.A., Publimetro, S.A., Pubnet Publicidad y Marketing, S.L., QYA Publicidad y Marketing, S.A, Remo Advertising, S.L., SCACS, S.A., September Worldwide, S.L., SRA. Rushmore, S.A., Taller Tecnicas Creativas, S.L., Tapsa-Young & Rubicam, S.L., Target Connection, S.L., TBWA España, S.A., Tiempo BBDO, S.A, Top Medical Comunicación, Wieden & Kennedy, Yelmo Films, S.L., Zebra Worldwide Limited, Zenithmedia, S.A.

demuestra también la madurez del propio sector y la capacidad de éste por regularse a sí mismo sin la intervención de los poderes públicos; además de las ventajas que la autorregulación ofrece tanto para las empresas y profesionales como para el público, ampliamente descritas a lo largo de este trabajo: rapidez en la resolución de los conflictos, reparación inmediata del daño causado, bajo coste económico de los procesos (Aznar, 2010, Desantes, 1973).

9.1.3. Asociaciones profesionales

Uno de los éxitos de Autocontrol es haber conseguido la adhesión de un variado y numeroso grupo de asociaciones profesionales de muy distintos ámbitos. Que los medios de comunicación o las agencias y empresas de publicidad formen parte del órgano autorregulador es algo muy positivo, pero al ser sectores vinculados directamente con la publicidad parece que es obvia su pertenencia. Sin embargo, el hecho de ser capaces de comprometer a asociaciones que representan a sectores muy amplios de la economía española, y cuyo objeto de su actividad no tiene nada que ver con la publicidad, es un mérito que debemos reconocer y destacar, porque demuestra su fortaleza como autoridad de la autorregulación publicitaria. Algo que también sería deseable para los Consejos de Prensa.

A continuación presentamos el listado de las 35 organizaciones profesionales miembros de Autocontrol:

- Asociación Española de Fabricantes de Preparados Alimenticios Especiales, Dietéticos y Plantas Medicinales (AFEPADI)
- Asociación Española de Empresas de Publicidad Exterior (AEPE)
- Asociación de Agencias de Medios (AM)
- Asociación de Agencias de Publicidad de la Comunidad Valenciana
- Asociación de Empresas de Venta Directa
- Asociación de Medios Publicitarios de España (AMPE)
- Asociación Empresarial de la Publicidad

- Asociación Española de Agencias de Comunicación Publicitaria (AEACP)
- Asociación Española de Anunciantes (AEA)
- Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (ADESE)
- Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ)
- Asociación Española de Fabricantes Distribuidores de Productos de Nutrición Enteral (AENE)
- Asociación Española de la Economía Digital (ADIGITAL)
- Asociación Nacional de Empresas de Aguas de Bebida Envasada (ANEABE)
- Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública (ANEIMO)
- Asociación Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito (ASNEF)
- Asociación Nacional para la Defensa de la Marca (ANDEMA)
- Asociación para el Autocuidado de la Salud (ANEFP)
- Cerveceros de España
- Consejo General de Odontólogos y Estomatólogos
- Farmaindustria
- Federación de Autoescuelas de la Comunidad Valenciana
- Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicas (FORTA)
- Federación Española de Bebidas Espirituosas (FEBE)
- Federación Española de Empresas de Tecnología Sanitaria (FENIN)
- Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas (FIAB)
- Federación Española del Vino (FEV)
- Federación Nacional de Empresas de Publicidad (FNEP)

- Fundación Española del Corazón
- Ilustre Colegio Oficial de Odontólogos y Estomatólogos de la 1ª Región
- Instituto de Estudios del Azúcar y de la Remolacha (IEDAR)
- Interactive Advertising Bureau Spain (IAB)
- Mobile Marketing Association Spain
- Promarca

9.2 Presentación de quejas y reclamaciones

Como órgano autorregulador, una de las principales cuestiones de Autocontrol es atender las quejas y reclamaciones sobre la actividad publicitaria. Para ello cuenta con la figura del Jurado, una autoridad independiente encargada de resolver extrajudicialmente las controversias que puedan producirse en el ámbito de la publicidad. Las reclamaciones las puede presentar cualquier persona, empresa u organismo público sobre anuncios comerciales que se hayan emitido en España en los últimos 12 meses anteriores y que hayan podido vulnerar algún principio ético del Código de Conducta Publicitaria. El plazo de tiempo medio desde que se presenta la reclamación y hasta que el Jurado la resuelve en primera instancia es de 14 días, y de 28 si se hace en segunda instancia. Incluso, si se resuelve por “mediación” o “aceptación” de la reclamación por el anunciante, el plazo se reduce a 5 días.

9.2.1. Composición del Jurado

El Jurado es el órgano encargado de atender y resolver las quejas y reclamaciones contra cualquier anuncio emitido, publicado o difundido, que el reclamante entienda que infringe las normas éticas de la publicidad. Está formado por expertos de reconocido prestigio en áreas como el derecho, la comunicación comercial, la ética o la economía y desarrolla su actividad

guiado por los principios de independencia y transparencia. Para asegurar su imparcialidad, sus miembros son independientes tanto de los socios como de las entidades colaboradoras de Autocontrol. En ese sentido, es importante destacar que el 25% de sus miembros son nombrados a propuesta del Instituto Nacional de Consumo (organismo que vela por el interés de los consumidores en España).

Su estructura se divide en seis secciones especializadas, compuestas por un presidente y tres vocales cada una, y en función del contenido de la reclamación la resuelve una sección u otra. La eficacia del Jurado radica en que sus decisiones, además de ágiles, son de obligado cumplimiento para sus socios. Y a pesar de la voluntariedad del sistema, que solo puede vincular estatutariamente a las entidades asociadas, es innegable la fuerza moral de la que gozan los pronunciamientos de Autocontrol en todo el sector de la publicidad.

9.2.2. Número de quejas y reclamaciones presentadas

Desde julio de 1996 y hasta el 31 de diciembre de 2014 se han tramitado un total de 2.965 quejas y reclamaciones. La mayor parte de ellas proceden de consumidores y organizaciones ciudadanas; seguidas de empresas o asociaciones empresariales; y, en última instancia, de organismos públicos. El año que menos quejas se presentaron fue en 1996, con 27 reclamaciones, y el que más, en 2014, con 289 (el segundo año que más reclamaciones se presentaron fue en 2001, con 247)¹³⁶. A continuación presentamos unas tablas con el número de quejas por años. La primera recoge de 1996 a 2009, y la segunda los últimos cinco años, de 2010 a 2014.

Número de quejas por años, desde 1996 a 2009:

1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
27	101	58	196	99	247	192	195	180	192	187	191	173	192

¹³⁶ Datos recuperados el 1 de abril de 2015 en http://www.autocontrol.es/pdfs/folleto_español.pdf

Número de quejas en los últimos cinco años, de 2010 a 2014:

2010	2011	2012	2013	2014
143	146	154	240	289

En 2010 la cifra se redujo significativamente respecto al periodo anterior hasta los 143 casos, produciéndose un ligero y paulatino aumento hasta 2012. En cambio, desde 2013 el incremento respecto a los años anteriores es notable, tal como se aprecia en la tabla.

9.2.3. Comparativa según la tipología del demandante

Cogiendo como muestra esta última etapa, la que va de 2010 a 2014, a continuación presentamos una tabla comparativa con el número y porcentajes de las reclamaciones en función del grupo que las presenta¹³⁷.

	2010	2011	2012	2013	2014
Consumidores	78 (53,8%)	94 (64,4%)	116 (75,3%)	196 (81,7%)	207 (71,6%)
Empresas	58 (39,2%)	46 (31,5%)	33 (21,4%)	38 (15,8%)	52 (17,9%)
Org. Públicos	10 (7,0%)	6 (4,1%)	5 (3,3%)	6 (2,5%)	30 (10,5%)
TOTALES	143 (100%)	146 (100%)	154 (100%)	240 (100%)	289 (100%)

Según se desprende, los consumidores son los que más reclamaciones presentan, a bastante distancia de las empresas. Los organismos públicos, aunque menor, también cumplen un papel importante al poner en conocimiento del órgano autorregulador aquella publicidad que incumple con los principios deontológicos y dejan que sea Autocontrol quien ejerza las acciones pertinentes; una buena demostración del éxito de la autorregulación

¹³⁷ Los datos correspondientes a estos años se han recuperado el 1 de abril de 2015 en los siguientes sitios:
<http://www.autocontrol.es/pdfs/balance%2010%20AUTOCONTROL.pdf>
<http://www.autocontrol.es/pdfs/balance%2011%20AUTOCONTROL.pdf>
<http://www.autocontrol.es/pdfs/balance%2012%20AUTOCONTROL.pdf>
<http://www.autocontrol.es/pdfs/balance%2013%20AUTOCONTROL.pdf>
http://www.autocontrol.es/pdfs/Presentacion_RP_balance_2014.pdf

del sector, pues las Administraciones Públicas en lugar de intervenir en la resolución de las controversias se lo confían al propio sector.

Por otra parte, el aumento progresivo por parte de los consumidores no deja de ser significativo. Probablemente se debe a que los ciudadanos, cada vez más conscientes de las ventajas de participar en este tipo de órganos autorreguladores, se comprometen más –tanto a nivel individual como colectivamente- a denunciar lo que consideran publicidad irresponsable. También ayuda mucho las facilidades que Autocontrol pone a su disposición, con un sistema gratuito, ilimitado y fácil de presentación de quejas. Destacar que la presentación de reclamaciones para las empresas no asociadas, es de pago¹³⁸.

9.2.4. Comparativa en función del tipo de medio de difusión

Por último, presentamos una clasificación de la etapa 2010-2013 en función del tipo de medio de difusión, con el número de reclamaciones presentadas en cada año y sus correspondientes porcentajes.

AÑO 2010

Tipo de medio de difusión	Número	Porcentaje
1º-Televisión	53	37%
2º-Internet y Nuevas Tecnologías	33	23%
3º-Prensa escrita	31	22%
4º-Etiquetado y presentación	8	6%
5º-Radio	6	4%
6º-Marketing y folletos	6	4%
7º-Publicidad exterior	3	2%
Otros	3	2%
Total	143	100%

¹³⁸ Autocontrol tiene establecida una tarifa de precios para las empresas no asociadas, que oscila entre los 1.350€ para las reclamaciones que se resuelven sin la intervención del Jurado, hasta los 2.650€ cuando se tramita en primera instancia ante la Sección del Jurado correspondiente o los 1.990€ si se presenta en segunda instancia a través de un recurso de alzada. (Servicios y tarifas de Autocontrol 2014, en http://www.autocontrol.es/pdfs/Servicios_y_tarifas_Autocontrol.pdf)

AÑO 2011

Tipo de medio de difusión	Número	Porcentaje
1°- Televisión	50	34%
2°-Prensa escrita	36	25%
3°-Internet y Nuevas Tecnologías	29	20%
4°-Etiquetado y presentación	15	10%
5°-Marketing y folletos	7	5%
6°-Publicidad exterior	3	2%
7°-Radio	2	1%
Otros	4	3%
Total	146	100%

AÑO 2012

Tipo de medio de difusión	Número	Porcentaje
1°-Internet y Nuevas Tecnologías	45	29%
2°-Prensa escrita	39	25%
3°-Televisión	34	22%
4°-Marketing y folletos	9	6%
5°-Etiquetado y presentación	6	4%
6°-Publicidad exterior	6	4%
7°-Radio	3	2%
8°-Cine	3	2%
Otros	9	6%
Total	154	100%

AÑO 2013

Tipo de medio de difusión	Número	Porcentaje
1°-Internet y Nuevas Tecnologías	79	33%
2°-Televisión	62	26%
3°-Prensa escrita	41	17%
4°-Radio	31	13%
5°-Marketing y folletos	12	5%
6°-Etiquetado y presentación	5	2%
7°-Publicidad exterior	5	2%
Otros	5	2%
Total	240	100%

AÑO 2014

Tipo de medio de difusión	Número	Porcentaje
1°-Internet y Nuevas Tecnologías	116	40%
2°-Televisión	75	26%
3°-Prensa escrita	43	15%
4°-Radio	20	7%
5°-Marketing y folletos	14	5%
6° - Publicidad exterior	12	4%
7°-Etiquetado y presentación	6	2%
Otros	3	1%
Total	289	100%

Por lo que se desprende de las tablas comparativas, los tipos de medios que más reclamaciones acumulan son televisión, Internet y prensa escrita, a gran distancia del resto. Es interesante comprobar que en 2010 y 2011 la televisión era el medio que más quejas recibía, pero que en los tres últimos años (de 2012 a 2014) es Internet quien ocupa el primer lugar de la tabla, superando ampliamente a la televisión. Podemos deducir que la Red se está

convirtiéndose en el medio preferido y cada vez más utilizado por los ciudadanos¹³⁹ y, como consecuencia de ello, el elegido por los anunciantes para la difusión de la publicidad. De ahí que, en los últimos años éste sea el tipo de medio que más quejas recibe, probablemente porque también es el que más gente consume.

No obstante, disponer de datos estadísticos facilita mucho el trabajo a la hora de corregir desvíos y, sobre todo, a la hora del asesoramiento ético que se presta a las campañas publicitarias antes de su emisión. En ese sentido, es preciso destacar que Autocontrol tiene conveniado con la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (la autoridad audiovisual del Estado), los Consejos Audiovisuales de Cataluña y Andalucía, y los operadores de televisión y radio¹⁴⁰ acuerdos de colaboración sobre los contenidos de las campañas publicitarias. Estos convenios permiten a los operadores de televisión y radio adheridos que, en caso de duda acerca de la licitud de un anuncio, soliciten a Autocontrol la elaboración de un dictamen previo sobre el mismo. Los resultados de esta colaboración en 2013 han permitido a Autocontrol revisar un total de 6.654 anuncios televisivos antes de su emisión, de los cuales, 5.647 obtuvieron un dictamen positivo, 611 con observaciones y 396 negativo. Seguramente, éste sea uno de los motivos por los que la televisión ha dejado de ser el medio que más quejas acumula en los tres últimos años analizados, bajando al tercer puesto en 2012 y al segundo en 2013 y 2014¹⁴¹.

¹³⁹ Según ComScore (medidor de audiencias en Internet) anualmente el promedio de visitantes va creciendo notablemente en la Red, tanto en número de visitas como en minutos de permanencia. Sus estudios y mediciones se pueden consultar en <http://www.comscore.com/esl/Panorama-Digital>

¹⁴⁰ El de las televisiones se suscribió en 2002 y el de las radios en 2013.

¹⁴¹ Toda la información se puede encontrar en la web: www.autocontrol.es

9.3 Asesoramiento ético a las empresas asociadas

Ésta es una función muy importante que revela el interés del propio sector por conseguir una regulación eficaz y verdadera. Es un signo del buen funcionamiento del órgano autorregulador y del compromiso de sus miembros por asumir como propias las buenas prácticas deontológicas y no considerarlas como una imposición. Ya hemos expresado que sólo desde la asunción voluntaria de las normas éticas el sector será capaz de autorregularse, porque de no ser así, si es considerado una carga en lugar de un alivio, la asunción no será verdadera y, por consiguiente, tampoco será duradera. En cambio, el hecho de que Autocontrol ofrezca un servicio entre sus socios que asesore sobre la corrección ética y legal de las campañas publicitarias antes de su emisión significa apostar por la pedagogía deontológica que es la mejor manera de crear conciencia ética entre los profesionales¹⁴².

Este servicio, denominado de Consulta Previa o *Copy Advice*, es un servicio que se presta como complemento del sistema de control post-emisión de los anuncios y tiene como objetivo reducir el riesgo de incumplimiento de las normas que regulan la publicidad en nuestro país. Un gabinete técnico, formado por profesionales expertos en derecho y ética publicitaria, se encarga de atender y dar respuesta a aquellas solicitudes que se presentan sobre anuncios o proyectos de anuncios y de elaborar sus correspondientes informes legales y deontológicos. Se trata, por tanto, de un servicio de asesoramiento ético y jurídico sobre proyectos de campañas o anuncios que pueden ser solicitados por los propios anunciantes, las agencias de publicidad o los medios de comunicación donde vayan a difundirse. El tiempo medio desde que se presenta la solicitud y hasta que el gabinete técnico elabora su informe oscila entre uno y tres días hábiles.

¹⁴²Tal como queda reflejado al principio del presente apartado, es uno de los tres pilares que articulan su actividad, los otros dos son: la tramitación de las quejas y la aplicación del código deontológico por parte del Jurado de la Publicidad.

En los últimos años, el asesoramiento ético se ha convertido en una herramienta muy solicitada por parte de las empresas asociadas a Autocontrol. El número de consultas que anualmente tramitan ha crecido notablemente ejercicio tras ejercicio¹⁴³. Durante todos estos años (de 1996 a 2014) se han tramitado un total de 132.551 solicitudes de asesoramiento y consultas previas. En 2014, de las 24.810 consultas atendidas, 20.790 correspondieron a consultas de *Copy Advice*, un 3,2% más que en 2013¹⁴⁴. Lo que equivale a que España ocupe la segunda posición del ranking en el contexto europeo en el número de este tipo de consultas.

Desde su nacimiento, Autocontrol pertenece a la *European Advertising Standards Alliance* (EASA), un organismo que engloba a 34 órganos de autorregulación publicitaria y a 15 organizaciones de la industria publicitaria de Europa¹⁴⁵. Con su pertenencia a la Alianza Europea, Autocontrol participa del sistema EASA de resolución de controversias transfronterizas, que permiten a cualquier consumidor de la Unión Europea someter un asunto al órgano autorregulador competente extranjero a través de su órgano homólogo existente en el propio país. Anualmente publican un listado con la posición de cada órgano autorregulador en función del número de consultas *Copy Advice* y otro con el de Reclamaciones. Autocontrol ocupó en 2014 el segundo puesto en el de *Copy Advice* y el décimo en el de Reclamaciones, lo que lo convierte en un órgano de referencia a nivel europeo dado sus buenos datos.

¹⁴³ 1996 fue el año que menos consultas se formularon, con sólo 2, y 2014 el que más, con 24.810. A continuación presentamos una tabla con el resto de años y el número de consultas solicitadas:

1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
19	45	148	254	390	843	1682	2940	4303	5267	6552	7198	7439	8162	17639	22360	22498

¹⁴⁴ Información recuperada el día 1 de abril de 2015 en el sitio http://www.autocontrol.es/pdfs/Presentacion_RP_balance_2014.pdf

¹⁴⁵ Aunque EASA es un organismo europeo, también están adheridos a él países como Canadá o la República Sudafricana.

9.4 Código de Conducta Publicitaria

El Código de Conducta Publicitaria de Autocontrol se aprobó en diciembre de 1996, una normativa ética muy completa y rica en contenidos que se ha convertido en la carta magna de la deontología publicitaria en España. Es el documento base sobre el que trabaja Autocontrol, aunque no es el único¹⁴⁶. Contribuir a la ética y la lealtad en publicidad en beneficio de los consumidores, verificar el cumplimiento de la legislación publicitaria y procurar la pacífica y rápida resolución de las reclamaciones, son los objetivos que se persiguen conseguir mediante este texto deontológico. El Código de Conducta Publicitaria se estructura en dos partes diferenciadas pero complementarias. En la primera, se reconoce el ámbito de aplicación y las normas generales, y en la segunda, se detallan las normas deontológicas.

9.4.1. I.-Ámbito de aplicación y normas generales

Esta primera parte del Código está formada por 8 apartados:

1.- Ámbito de aplicación: Su aplicación es *a cualquier anuncio emitido por cuenta de cualesquiera personas físicas o jurídicas, de carácter privado, con el fin de promover determinadas actitudes o comportamientos*. Pero destaca también que *No serán de aplicación a la publicidad política*.

2.- Objeto y fines de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial: Entre los fines, destaca *la elaboración de códigos de ética publicitaria, tanto general como de carácter sectorial...* Es decir, que asume el compromiso de hacer otros códigos específicos sobre la actividad publicitaria porque reconoce que en determinados casos son necesarios otros más singulares. También está entre sus fines, *dirimir las controversias y conflictos que puedan suscitarse por la realización de una determinada publicidad (...), elaborar dictámenes, informes y estudios (...), colaborar activamente con las Administraciones*

¹⁴⁶ También son de aplicación otros códigos sectoriales, así como distintos convenios y acuerdos relacionados con la publicidad. Se pueden encontrar en la web www.autocontrol.es (apartado códigos)

Públicas (...), así como contribuir al desarrollo y perfeccionamiento de la legislación española sobre la publicidad.

3.- Obligaciones de los asociados: Los asociados están obligados a: *respetar en su actividad publicitaria las normas legales y los Códigos de Conducta Publicitaria que les resulten de aplicación; cumplir con las resoluciones del Jurado; facilitar información solvente y responsable (...) cuando le sea requerida por los Órganos de Gobierno de la Asociación o el Jurado.* Es decir, además de respetar y cumplir las normas, colaborar con el órgano autorregulador.

4.- El Jurado: composición, conflicto de intereses y atribuciones: El Jurado es un órgano especializado en deontología publicitaria, *formado por personas de reconocido prestigio en el campo de la publicidad o de la comunicación comercial (...)* En cuanto órgano especializado gozará de plena y absoluta independencia en sus funciones. Estará formado *por un Presidente, varios Vicepresidentes y vocales de indiscutible imparcialidad, que ni en los tres años anteriores ni mientras dure su mandato podrán mantener relación laboral, mercantil, orgánica o de otra índole que implique colaboración estable con los miembros de la Asociación.* Y entre sus atribuciones destacan: *a) Formular anteproyectos de Códigos de Ética Publicitaria... b) Resolver los expedientes abiertos (...) por presunta infracción de los códigos y normas de conducta... c) Emitir dictámenes de carácter técnico o deontológico... d) Actuar como árbitro en cuestiones publicitarias...*

5.- El Jurado: actuación en Pleno y por Secciones. Recurso de alzada: Actuará por Secciones, *ante las reclamaciones por infracción de los códigos y normas de conducta; y en Pleno, cuando tenga que resolver los recursos de alzada que se interpongan contra las resoluciones dictadas por las Secciones.*

6.- Procedimiento: *El procedimiento se incoará de oficio o por reclamación de cualquier persona (...) y se tramitará de conformidad con lo previsto en el Reglamento del Jurado.*

7.- Eficacia de las Resoluciones: *Las resoluciones del Jurado tendrán eficacia no sólo entre las partes contendientes, sino que también vinculan a los demás asociados*¹⁴⁷

8.- Normas aplicables: *El Jurado resolverá las reclamaciones aplicando el presente Código de Conducta Publicitaria y, en caso de ser aplicables, los Códigos Sectoriales aprobados por la Asociación o cuya aplicación le haya sido encomendada. Con carácter subsidiario (...) también resultará de aplicación el Código Consolidado de la CCI¹⁴⁸ en materia de publicidad comercial y mercadotecnia de la Cámara Internacional de Comercio.*

9.4.2. II.- Normas deontológicas

La segunda parte del Código conforman las normas deontológicas. Cuenta con 31 artículos repartidos en ocho títulos: A-Principios básicos (12 artículos), B-Autenticidad (1 artículo), C-Exigencia de veracidad (1 artículo), D-Normas sobre determinadas formas y técnicas publicitarias (13 artículos), E-Protección de niños y adolescentes (1 artículo), F-Protección de la salud (1 artículo), G-Publicidad de entidades de crédito (1 artículo), y H-Control del cumplimiento del Código (1 artículo).

Los 12 artículos que forman los **Principios básicos** contemplan cuestiones como el *Valor de la publicidad* (Art. 1), el *Respeto a la legalidad y a la Constitución* (Art. 2), la *Interpretación de los anuncios publicitarios* (Art. 3), la *Buena fe* (Art. 4), la *Explotación del miedo* (Art. 5), la *No incitación a la violencia* (Art. 6), la *No incitación a comportamientos ilegales* (Art. 7), el *Respeto al buen gusto* (Art. 8), las *Prácticas peligrosas y seguridad* (Art. 9), la *Publicidad discriminatoria* (Art. 10), el *Derecho al honor* (Art. 11) y el *Respeto al medio ambiente* (Art. 12)

El título de la **Autenticidad** señala que *La publicidad será identificable como tal sea cual sea su forma o el medio utilizado* (Art. 13). Y el de **Exigencia de**

¹⁴⁷ Este aspecto es muy importante porque las resoluciones del Jurado no se limitan sólo a las partes implicadas, sino que las extiende al resto de asociados en forma de doctrina deontológica. Si lo que persigue la autorregulación es una normativa de conducta ética para todo el sector, que beneficie los derechos del consumidor, así como la lealtad en la competencia, de nada serviría que las resoluciones obligaran sólo a las partes y no se extendieran al resto.

¹⁴⁸ Son las siglas en inglés de la Cámara Internacional de Comercio, la organización mundial empresarial más importante.

Veracidad trata la *Publicidad engañosa* (Art. 14): *La publicidad no deberá ser engañosa*, y dedica una extensa descripción sobre los supuestos y lo que considera publicidad engañosa.

El título de las **Normas sobre determinadas formas y técnicas publicitarias** es el más extenso. Está compuesto por trece artículos: *Garantías* (Art. 15), que no contengan referencias a garantías que no mejoren la posición legal del contratante; *Disponibilidad de productos* (Art. 16), no ofrecer productos que no puedan suministrarse o prestarse; *Datos técnicos* (Art. 17), los datos deberán ser relevantes y comprobables; *Ensayos comparativos* (Art. 18), el deber de revelar a la persona que los haya realizado, así como su fecha de realización; *Testimonios* (Art. 19), que deberán responder a la verdad; *Explotación del prestigio ajeno o imitación* (Art. 20), no estará permitida la publicidad que desprestigie a otro anunciante o imite su imagen corporativa sin su permiso; *Denigración* (Art. 21), no se podrá denigrar o menospreciar a otras empresas; *Comparaciones* (Art. 22), no se podrán realizar comparaciones con otros productos sin respetar los requisitos existentes; *Prueba de alegaciones* (Art. 23), deberán correr a cargo del anunciante; *Publicidad agresiva* (Art. 24), será reprobable la publicidad agresiva, *Promociones* (Art. 25), se deberá indicar claramente las condiciones sustanciales de la promoción y no enmascarar sus costes implícitos; *Características comunes* (Art. 26), no podrán considerarse condiciones particulares de un producto las que en realidad sean comunes a otros similares; *Campanñas con causa social* (Art. 27), el deber de respetar escrupulosamente los principios de veracidad y buena fe cuando se trate de campañas o actos benéficos.

El resto de capítulos tratan sobre la **Protección de niños y adolescentes** (Art. 28), que deberá ser extremadamente cuidadosa y *no deberá explotar la ingenuidad, inmadurez, inexperiencia o credulidad natural de los niños o adolescentes, ni abusar de su sentido de lealtad*; la **Protección de la salud** (Art. 29), que evitará incitar a los *receptores, en especial a los adolescentes, a la adquisición de*

pautas/comportamientos que puedan resultar nocivos para la salud; la **Publicidad de entidades de crédito** (Art.30), de cuya publicidad será de aplicación además la normativa *sobre publicidad de los servicios y productos bancarios*; y, por último, el **Control del cumplimiento del Código** (Art. 31), que regula su cumplimiento a través del Reglamento del Jurado.

Tal como hemos apuntado al inicio del capítulo, y una vez desarrollado el mismo, podemos concluir diciendo que Autocontrol es un ejemplo de órgano autorregulador a seguir, que bien podría extrapolar su modelo de gestión al de cualquier Consejo de Prensa. Salvando la distancia que separa la actividad publicitaria de la periodística –también lo que las une- Autocontrol se ha convertido en un referente de la autorregulación, donde ha sabido aglutinar y comprometer a medios de comunicación, empresas y agencias de publicidad, asociaciones profesionales y público. Sus datos lo convierten en uno de los primeros (si no el primero) órganos deontológicos de España y en una destacada autoridad moral reconocida tanto por organismos privados como públicos.

CAPÍTULO X

LA COMISIÓN DE ARBITRAJE, QUEJAS Y DEONTOLOGÍA DE LA FAPE, REFERENTE DE LA AUTORREGULACIÓN EN ESPAÑA

La Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE, más conocida como la Comisión de Quejas, es el órgano encargado de velar por el cumplimiento del Código Deontológico que los periodistas españoles asumieron a través de la Federación que representa las Asociaciones de Periodistas de España. Tiene, por tanto, el mérito de ser el primer consejo de prensa a nivel nacional de la actividad periodística de nuestro país. Sin embargo, su nacimiento no fue sencillo ni fácil; prueba de ello es el tiempo transcurrido desde la aprobación del Código Deontológico, en 1993, y la constitución de la Comisión de Quejas, en 2004. Tuvieron que pasar casi once años hasta que ésta viera la luz y se pudiera convertir en un referente de la autorregulación del periodismo en España.

Tampoco podemos dissociar la influencia que tanto la PCC británica como el CIC catalán tuvieron en la creación del órgano autorregulador de la FAPE. “Para crear el Consejo Deontológico [ésta es la primera denominación de lo que por los años será la Comisión de Quejas] los periodistas españoles han vuelto la vista hacia otros órganos similares con un recorrido consolidado y una experiencia positiva. El Comité de Quejas británico y el Consejo de la Información de Cataluña son las referencias más citadas” (Navas, 2005: 27). Aunque también es justo resaltar la del Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística, cuyo redactor y ponente, Manuel Núñez Encabo, tuvo y sigue teniendo un protagonismo esencial en el nacimiento y desarrollo de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE. Por tanto, podemos decir, tal como advierte Aznar (2011), que la puesta en marcha de

estas iniciativas (PCC, CIC y Código Europeo) favorecieron para que otras organizaciones e instituciones, en este caso la FAPE, trataran de seguir su ejemplo.

10.1 Cronología y nacimiento

Desde el mismo momento en que la FAPE aprobó su Código Deontológico en noviembre de 1993, se tuvo clara la necesidad de crear un órgano supervisor que vigilara su cumplimiento y denunciara sus vulneraciones. Era algo que ya se contemplaba tanto en el Código Deontológico del Colegio de Periodistas de Cataluña, aprobado en octubre de 1992, como en el Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística, de julio de 1993. En uno y otro texto se anima a la creación de este tipo de organismos. En el catalán, aparece en su Declaración final¹⁴⁹; y en el europeo, en su artículo 37¹⁵⁰: Por otra parte, la experiencia de lo que estaba ocurriendo en Gran Bretaña con la prensa y lo que supuso la *Press Complaints Commission* para la autorregulación de la actividad periodística, consolidó los deseos de los responsables de la FAPE de crear un órgano de similares características. Sin embargo, a cada paso que se daba en este sentido aparecían resistencias que lo impedían. Los directivos de la FAPE “no daban crédito a que lo que había ido bien, y funcionaba razonablemente bien, como es el caso del Consejo de la Información instituido por el Colegio de Periodistas de Cataluña, no fuese posible conseguirlo a escala nacional, a escala del Estado y para toda España” (Mora, 2010)¹⁵¹.

¹⁴⁹ “De cara a una mejor y más fiel realización de esta tarea, habría que considerar la constitución de un organismo arbitral, representativo, plural e independiente de los poderes públicos que, sin olvidar los derechos constitucionales que asisten a los particulares y las empresas, y al margen de las atribuciones de los órganos judiciales, atendiese de forma permanente esta función”.

¹⁵⁰ “Para la vigilancia del cumplimiento de estos principios deontológicos, deben crearse organismos o mecanismos de autocontrol, integrados por editores, periodistas y asociaciones de ciudadanos usuarios de la comunicación, representantes de la universidad y de los jueces, que emitirán Resoluciones sobre el cumplimiento de los preceptos deontológicos en el periodismo, con el compromiso previamente asumido por los medios de comunicación de publicar tales resoluciones”.

¹⁵¹ Antonio Mora de Saavedra fue vicepresidente de la FAPE y responsable de la Comisión de Asuntos Profesionales y Deontológicos de 2001 a 2005.

10.1.1. Asamblea de San Sebastián, año 1997

En 1997, en la Asamblea que la FAPE celebró en San Sebastián, se produjo el primer intento formal para la creación de un órgano autorregulador al estilo del CIC y la PCC. Para ello se aprobó el primer *Reglamento de la Comisión de Seguimiento del Código Deontológico*, a través del cual se sentaban las bases para la creación de un instrumento que velara por el cumplimiento de los preceptos recogidos en el código ético. La misma Asamblea autorizaba al presidente de la Federación de Asociaciones, a la sazón Jesús de la Serna, a iniciar las gestiones oportunas para crear dicha comisión, que debería estar apoyada y financiada por los medios de comunicación, a imagen y semejanza de lo que se estaba haciendo en Cataluña con el *Consell de la Informació*, para, con el tiempo, convertirse en un Consejo de Prensa de ámbito nacional.

Sin embargo, desde el principio, las reuniones con los editores y propietarios de medios no llegaron a buen puerto. A pesar de todos los esfuerzos realizados en ese sentido por parte de la FAPE, las negociaciones no dieron el resultado esperado y la comisión ni siquiera llegó a crearse. Uno de los motivos, según comenta de la Serna, fue “porque los medios no se involucraron por las luchas empresariales” (en Armesto, 2005: 51). Seguramente tuvo mucho que ver, pero tampoco podemos descartar otra de las razones que la prensa española mantuvo durante muchos años tras la época franquista: la desconfianza a cualquier tipo de regulación de la actividad periodística. Bien fuera por un motivo u otro, o por los dos, la realidad es que esta situación produjo que la FAPE paradójicamente dispusiera de un Reglamento de la Comisión, pero sin Comisión. Tuvieron que transcurrir cuatro años más para dar un nuevo empujón a la iniciativa.

10.1.2. Asamblea de Lanzarote, año 2001

En la Asamblea celebrada en Lanzarote en 2001, esta vez bajo la presidencia de Alejandro Fernández Pombo, la FAPE aprobó la modificación

de sus Estatutos. Una de las cuestiones que se introdujeron fue la creación de una Secretaría de Asuntos Profesionales y Deontológicos de la que dependería una Comisión con el mismo nombre (Comisión de Asuntos Profesionales y Deontológicos). La intención no era otra que la de ir abonando el terreno para concienciar a medios y profesionales sobre las virtudes de la autorregulación y la creación de un Consejo Deontológico. Para darle el valor y la entidad que merecía esta nueva Comisión, los responsables de la FAPE acordaron que al frente de ella estuviese un vicepresidente de la Federación, que recayó en el periodista Antonio Mora. No obstante, la tarea pedagógica y de concienciación sobre el sector no fue nada sencilla. Al contrario de lo que pasaba en Barcelona, donde la colaboración de los medios era patente, en Madrid seguía existiendo un fuerte rechazo por parte de los grandes medios respecto a la creación de un órgano autorregulador.

Durante algo más de tres años los directivos de la FAPE de la época tuvieron que emplearse a fondo para, contra viento y marea, poder alumbrar lo que sería el primer Consejo Deontológico a nivel estatal en España. Ya no se aspiraba a que las empresas de comunicación financiaran con sus aportaciones económicas el nuevo órgano, como sí lo estaban haciendo en Cataluña con el CIC, se conformaban con que, por lo menos, no ejercieran una oposición hostil. Porque mientras que las grandes cabeceras de tirada nacional como *El País*, *El Mundo* y *ABC*, todas ellas de Madrid, ayudaron a la creación del *Consell de la Informació de Catalunya* con aportaciones que oscilaban entre 100.000 y 300.000 pesetas (600-900€), las principales cadenas radiofónicas (COPE, SER, RNE y Onda Cero), con 100.000 pesetas (600€) cada una o las agencias de noticias EFE y Europa Press (también radicadas en Madrid) con 150.000 pesetas (900€) respectivamente¹⁵², su posición respecto a la iniciativa de la FAPE no fue, en el mejor de los casos, nada colaboracionista; y la mayoría de las veces, extremadamente crítica.

¹⁵² Sobre este tema ver el capítulo VIII de este trabajo.

10.1.3. Asamblea de Almería, año 2004

Si hay una Asamblea y un año que pasará a los anales de la historia de la FAPE y del periodismo español en general ésta es la que se celebró en Almería en mayo de 2004. Fernando González Urbaneja, por entonces presidente de la Federación, logró sacar adelante el tan ansiado Consejo Deontológico que tantos años había costado crear. Lo que empezó siendo un deseo once años atrás se hacía realidad gracias al empuje y tesón de muchos, que creyeron que para autorregularse era necesario constituir un órgano que custodiara el texto deontológico que voluntariamente había aceptado la profesión representada en la FAPE. Un órgano de arbitraje, alternativo a la vía judicial, que se erigiese en la autoridad moral de la profesión periodística. “Un árbitro moral, no legal” como lo definió Antonio Fontán, primer presidente del Consejo Deontológico, (Navas, 2005: 26).

Sin embargo, el escollo planteado por editores y medios fue una barrera imposible de franquear. Los principales periódicos nacionales y muchas de sus más afamadas firmas criticaron despiadadamente el nacimiento del nuevo órgano autorregulador, al que comparaban con los Tribunales de Honor o la censura. Así recibieron los periódicos más influyentes el nacimiento del Consejo Deontológico de la FAPE:

- *El Mundo* publicó un editorial el 19 de mayo de 2004 titulado “El Consejo Deontológico, una vuelta a la censura”, donde critica duramente a la FAPE por haber impulsado el Consejo Deontológico.
- *La Razón*, el 26 de mayo de 2004, publicó un editorial bajo el título “No a la inquisición”, en el que compara el Consejo a los Tribunales de Honor prohibidos por la Constitución.
- En las páginas de *El País*, Eduardo Haro Tecglen, en un artículo insertado el 19 de abril de 2004, expresaba sus dudas al órgano recién creado y su temor a toda vigilancia sobre la escritura o la voz, “así empiezan las censuras”, afirmaba.

- En *ABC*, Jaime Campmany, también se sumó a la crítica mediante un duro artículo publicado el 18 de noviembre de 2004, en el que compara el Consejo Deontológico a los órganos de libertad vigilada del franquismo.
- Luis María Anson, quien fuera presidente de la FAPE de 1979 a 1983, se despachó como director de *La Razón* con un artículo el 19 de abril de 2004 titulado “Atención, tribunal de honor contra los periodistas”.

No deja de ser curioso que periódicos como *El Mundo*, *El País* o el *ABC* de Luis María Anson, tan críticos con el nacimiento del Consejo Deontológico de la FAPE, unos años antes, en 1997, acogieran de buen grado la creación del *Consell de la Informació de Catalunya* hasta el punto de colaborar económicamente con aportaciones que van desde las 300.000 pts. (1.800€) de *El País*, a las 100.000 pts. (600€) de *El Mundo* o *ABC*¹⁵³. Esta dicotomía de comportamiento, colaboracionista en Barcelona y crítico en Madrid, Aznar lo atribuye a que en Cataluña la profesión periodística está más vertebrada y unida, “entre otras cosas gracias a la labor llevada a cabo por el Colegio [de Periodistas de Cataluña] desde su creación a finales de 1985 y de una competencia entre los medios y los propios profesionales menos agresiva que la existente en Madrid” (1999: 87). Sin embargo, pasado el tiempo, la situación parece normalizarse. Los cambios producidos en los órganos de dirección de la mayoría de los medios radicados en Madrid, que durante años han venido tensionado la situación, así como la inflexible apuesta de la FAPE por consolidar un órgano autorregulador de ámbito nacional, han hecho posible un cambio en la aptitud de los medios hasta el punto de que muchos de ellos se han adherido a la Comisión de Quejas y Deontología en los últimos años.

¹⁵³ Para una completa información sobre las aportaciones realizadas por los medios de comunicación para la creación y puesta en marcha del CIC, ver el capítulo VIII de este trabajo.

10.2 Del Consejo Deontológico a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología

Una vez aprobada la creación del Consejo Deontológico en la Asamblea de Almería celebrada el 17 de mayo de 2004, había que constituirlo y ponerlo en marcha. Los periodistas españoles tenían la oportunidad de demostrar que eran capaces de ponerse al día en cuestiones de autorregulación, tal como estaba ocurriendo en nuestro entorno. “La creación del Consejo venía a situar a España al mismo nivel que ya se encontraban los principales países de Europa. Suponía –también en este ámbito- su normalización; ya no constituía España una *rara avis*, al haber puesto su reloj en hora europea” (Mora, 2010: 223).

En todo este tiempo el órgano autorregulador de la FAPE ha sufrido algunos cambios de denominación, motivados por modificaciones de los Estatutos de la Federación o del Reglamento de la propia Comisión. En cada una de ellas se han ido introduciendo aspectos que han mejorado tanto su funcionamiento como su autonomía e independencia, que lo han fortalecido y lo han convertido en una autoridad moral de referencia nacional. Lo que nació en 2004 denominándose Consejo Deontológico, con la reforma de los Estatutos de la FAPE en 2006, en la Asamblea celebrada en Burgos, pasó a llamarse Comisión de Quejas y Deontología, y tras la modificación del Reglamento de la Comisión en 2013, su actual nombre pasó a ser el de Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología.

10.2.1. Consejo Deontológico

Desde su creación el Consejo Deontológico dependerá orgánicamente de la Comisión de Asuntos Profesionales y Deontológicos¹⁵⁴, que será quien proponga el nombramiento de sus miembros, facilitará los medios humanos y técnicos, y recibirá las quejas de los afectados que serán remitidas al Consejo

¹⁵⁴ Creada en 2001 en la Asamblea de Lanzarote como una Secretaría dependiente de la Vicepresidencia de la FAPE.

Deontológico para, en caso de apreciar indicios de vulneración del Código, las estudie y resuelva (Aznar, 2011). Sin embargo esa dependencia será exclusivamente a efectos organizativos, pues, desde el principio, los impulsores de la iniciativa quisieron dejar clara la independencia del órgano autorregulador y así lo plasmaron en el primer Reglamento aprobado en 1997 en la Asamblea de San Sebastián¹⁵⁵. En él queda claro que “la Comisión se constituye como un órgano que actúa con plena independencia y autonomía competencial y de funciones”, tal como recoge el artículo 1.2. Además, para garantizar su independencia, ésta deberá estar “integrada por personas de reconocido prestigio a las que la FAPE garantiza su autonomía de actuación” (art. 1.3); compuesta por nueve miembros, “tres de ellos serán elegidos por su condición de juristas de reconocido prestigio y los restantes serán personas que representen a la sociedad española y provengan del mundo de la universidad, de fundaciones sociales o culturales, de la comunicación o de cualquier otra institución cívica” (art. 2.2).

Los integrantes de ese primer Consejo Deontológico cumplirán ampliamente los requisitos señalados, puesto que son personas con currículos de sobra conocidos. Forman parte de él tres expresidentes de la FAPE, Antonio Petit, Jesús de la Serna y Alejandro Fernández Pombo; los catedráticos de Derecho, Manuel Núñez Encabo y Manuel Parés i Maicas; el magistrado José Sánchez Faba; y las presidentas de Manos Unidas, Ana Álvarez de Lara, y de Cáritas, Nuria Gispert. Como presidente se nombró al periodista, catedrático y político Antonio Fontán¹⁵⁶. Tras la reforma del Reglamento hecha ese mismo año, que posibilitó que sus componentes pudieran aumentar hasta quince, otros nombres que se incorporaron al Consejo Deontológico fueron los del magistrado Rafael de Mendizábal, el

¹⁵⁵ Para consultar dicho Reglamento, ver Aznar, 1999: pp.302-308.

¹⁵⁶ Antonio Fontán, además de poseer una dilatada experiencia como periodista, fue Catedrático Emérito de la Universidad Complutense de Madrid, presidente del Senado (1977-1979) y ministro (1979-1980). Está considerado uno de los impulsores de la autorregulación periodística en España, un “Maestro de la deontología del periodismo” como tituló Núñez Encabo en su Obituario publicado en *El País* el 16 de Enero de 2010.

entonces decano del Colegio de Abogados de Madrid, Luis Martín Mingarro, la periodista Marisa Ciriza y el catedrático José Luis Martínez Albertos (Mora, 2010)¹⁵⁷.

Es muy posible que en la composición de este primer Consejo se buscara, tal como apunta Aznar (2011), el refuerzo moral que suponía integrar en el mismo a tres expresidentes de la FAPE, al ponente del Código Deontológico Europeo, Manuel Núñez Encabo, y a una persona de la magnitud intelectual y profesional de Antonio Fontán como presidente.

A pesar de que el Consejo Deontológico se creó en mayo de 2004, no fue hasta principios de 2005 cuando empezó su actividad. Ese año, en el mes de marzo, publicó su primera resolución. Se trata del *Informe sobre el tratamiento informativo en los medios de comunicación respecto de las víctimas del terrorismo*, solicitado por la Comisión de Asuntos Profesionales y Deontológicos de la FAPE. Seguramente, la proximidad del primer aniversario de los atentados del 11M en Madrid, estimuló al Consejo a presentar este Informe sobre el tratamiento que han de tener las víctimas de atentados terroristas. Un tema de especial sensibilidad, donde se han de conjugar el derecho a la información sobre los hechos y el respeto a las víctimas, a su imagen y a su intimidad. En él se establece, a modo de decálogo, una serie de cuestiones a tener especialmente en cuenta por periodistas y editores en el tratamiento de este tipo de contenidos.

10.2.2. Comisión de Quejas y Deontología

En 2006, en la Asamblea que ese año se celebra en Burgos, la FAPE, a través de una modificación de sus Estatutos, decide cambiar el nombre del Consejo Deontológico por el de Comisión de Quejas y Deontología, cuyos

¹⁵⁷ Otra persona que también fue nombrada desde el principio fue la catedrática de Ética Adela Cortina. Sin embargo, tal como recoge el entonces vicepresidente de la FAPE en su Tesis Doctoral, Antonio Mora Saavedra, sus diversas ocupaciones en otros ámbitos quizá “le hayan impedido dedicarse a su cometido como vocal de la Comisión de Quejas y Deontología, de la que está ausente desde el mismo día en que se constituyó como Consejo Deontológico” (2010: 226-227)

principios de actuación y organización son recogidos por primera vez en sus Estatutos. En concreto, en el artículo 23¹⁵⁸ se dice:

La Comisión de Quejas y Deontología tiene como objeto conocer y resolver las cuestiones de deontología y ética periodísticas, conforme a su propio reglamento, por iniciativa propia o a petición de la propia Federación o de cualquier ciudadano. Sus integrantes serán nombrados por la Asamblea General de la FAPE, a propuesta de la Junta Directiva, en la forma y número que reglamentariamente se determine, entre personalidades pertenecientes al periodismo, al derecho, al mundo académico o a otras actividades relevantes de la vida social

La Comisión de Quejas y Deontología funcionará con plena independencia y autonomía competencial y de funciones, y será dotado económicamente por la Federación.

Con esta modificación no sólo se perseguía un cambio en el nombre del órgano autorregulador, más ajustado a la actividad propia de los consejos de prensa o de información¹⁵⁹, lo que en realidad se pretendía era aumentar su prestigio y para ello qué mejor demostración que quedara reflejado en el articulado de los Estatutos de la FAPE. Por otra parte, la Comisión de Asuntos Profesionales y Deontológicos, de la que dependía el antiguo Consejo Deontológico, pasará a denominarse Comisión de Garantías y Asuntos Profesionales y se limitará a actuar sólo de “enlace” con la Comisión de Quejas y Deontología, puesto que ahora ésta última gozará de una mayor independencia orgánica. Las quejas y reclamaciones serán recibidas directamente por el órgano autorregulador y los integrantes de la misma, a partir de ahora, son a propuesta de la Junta Directiva, no como sucedía antes, que ambos cometidos los tenía atribuidos la Comisión de Asuntos Profesionales. Lo que pretendía la FAPE con estos cambios era garantizar

¹⁵⁸ Información recuperada el 16 de febrero de 2015 en www.comisiondequejas.com/Creacion/Creacion.htm. No obstante, actualmente dichos principios están recogidos en el artículo 24 de los Estatutos, según consulta realizada el 16/02/2015 en <http://fape.es/captulo-x-la-comisin-de-quejas-y-deontologa/>

¹⁵⁹ A decir por Antonio Mora, testigo presencial de los acontecimientos, el cambio de denominación no respondió tanto al interés por presentar una nueva imagen del órgano autorregulador, como por “los matices peyorativos del término *consejo*, ligado, según sus pareceres, a tiempos pasados de connotaciones propias de la Dictadura” (Mora, 2010: 228)

mayores cotas de independencia y que éstas fueran percibidas tanto por la sociedad como por los propios periodistas y empresas de comunicación.

Sin embargo, a pesar de ello, de que el órgano autorregulador venía funcionando desde hacía más de un año y que durante ese tiempo había resuelto varias resoluciones por quebrantamientos deontológicos del código, lo que todavía no habían podido conseguir fue el apoyo y el compromiso de los medios. Así lo expresaba en 2006 Núñez Encabo, “la FAPE aprobó hace un año el Reglamento del Consejo Deontológico del periodismo creando una comisión independiente de autocontrol. Sin embargo, todavía falta el apoyo de los editores-empresas informativas para conseguir una mayor eficacia en el autocontrol. Porque el periodismo no es sólo asunto de periodistas, sino también y conjuntamente de los editores” (2006: 73-74).

No obstante, el desapego de los medios no desincentivó a los responsables de la FAPE en su apuesta clara y decidida por “situar a España en la hora actual europea del autocontrol ético” (*id.* 67). En los Estatutos aprobados ese año (2006) el artículo 2.3 encomienda a la FAPE y a cada una de las Asociaciones federadas en ella “el desarrollo de la deontología periodística e informativa”; y dentro del artículo que enumera las funciones de la Federación, está la de “velar por el cumplimiento de los principios deontológicos en el ejercicio de la actividad periodística e informativa” (art. 5.c)¹⁶⁰.

10.2.3. Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología

En la búsqueda por adaptar la denominación del órgano autorregulador al objeto de su actividad, la Comisión en 2013 modifica su nombre y lo amplía. A partir de ese año pasará a llamarse Comisión de Arbitraje, Quejas y

¹⁶⁰ Estatutos FAPE 2006. En la modificación de los Estatutos de 2014, vigentes actualmente, dichos contenidos quedan recogidos en otros artículos distintos. En concreto, en el art.1.3, la FAPE y sus Asociaciones federadas asumen “la tutela y el estímulo del cumplimiento de la buena práctica profesional y del respeto a la deontología del periodismo”; y entre las funciones de la FAPE, destaca la de “velar por el cumplimiento de los principios deontológicos en el ejercicio de la actividad periodística, especialmente por los contenidos en los dictámenes de la Comisión de Quejas” (art. 4.3)

Deontología. También su Reglamento será modificado y readaptado a la nueva coyuntura por la que pasa la actual Comisión, con la constitución de una Fundación del mismo nombre creada para garantizar, todavía más, la independencia del órgano autorregulador, fortalecerlo con la entrada de nuevas entidades y, sobre todo, conseguir el compromiso de los medios. Un paso más hacia la consecución de un gran consejo de prensa nacional.

La primera prueba del cambio de nombre de la Comisión la encontramos en la resolución número 69, de marzo de 2013. En su dictamen aparece por primera vez como órgano sentenciador la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología. Sin embargo, a pesar de que en la resolución siguiente¹⁶¹ volverá a figurar la nueva denominación, quizá por falta de hábito o porque todavía no se había oficializado el cambio de nombre, en las resoluciones 71, 72 y 73, todas de 7 de mayo de 2013, todavía aparecerá el antiguo (Comisión de Quejas y Deontología).

Será en noviembre cuando definitivamente se adopte el cambio de denominación. Ese mes se aprueba el nuevo reglamento, que se denominará *Reglamento de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología*. En su preámbulo se dice claramente:

La Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo, se constituyó bajo la denominación Comisión de Quejas y Deontología de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), a iniciativa y propuesta de dicha Federación, como órgano de autocontrol deontológico interno de la profesión periodística, en orden a favorecer y promover el arbitraje, la mediación, el entendimiento y la recomendación de petición de disculpas u otros para, actuando como autoridad moral otorga explícitamente por las asociaciones de la prensa y los periodistas en ellas afiliados, velar por el mejor fin y garantizar el cumplimiento del Código Deontológico de la Federación.

Posteriormente, con el fin de garantizar la independencia de la Comisión, se creó la FUNDACIÓN COMISIÓN DE ARBITRAJE, QUEJAS Y DEONTOLOGÍA (*sic*), pasando la Comisión a depender orgánicamente de la Fundación, si bien

¹⁶¹ Resolución número 70, de 7 de mayo de 2013.

manteniendo la plena independencia en cuanto a funcionamiento interno, adopción de resoluciones y elaboración de informes y dictámenes (Preámbulo del Reglamento aprobado el 29 de noviembre de 2013¹⁶²).

Siguiendo la tónica general de los reglamentos anteriores, en este caso, como no podía ser de otra manera, se preserva y garantiza la independencia y autonomía de los miembros de la Comisión y de sus decisiones. Así queda recogido en sus primeros artículos de manera más concreta y precisa que el anterior reglamento. El artículo 1¹⁶³ deja claro que la Comisión es un órgano colegiado nombrado por el Patronato de la Fundación y no directamente por la FAPE como sucedía antes. Ahora, ya no es solo la FAPE quien tiene que garantizar la autonomía de actuación de sus miembros, también lo es la propia Fundación, lo que ayuda a aumentar el grado de independencia de sus miembros.

En cuanto a la composición de la misma, el artículo 2 especifica que “estará compuesta por un Presidente, dos Vicepresidentes, un Secretario y un número de Consejeros no inferior a seis ni superior a quince”. Además, “dos de ellos, al menos, serán elegidos por su condición de juristas de reconocido prestigio y otros tres, como mínimo, por su condición de profesionales del periodismo. Los restantes serán personas representativas de la sociedad española y que provengan del mundo de la Universidad, de las Fundaciones sociales o culturales, de la Comunicación o de cualquier otra institución cívica”.

Actualmente forman parte de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología un total de 10 miembros. Un presidente, el catedrático Manuel Núñez Encabo; dos vicepresidentes, la periodista M^a Dolores Masana y el

¹⁶² Se puede consultar en: www.comisiondequejas.com/Reglamento/Texto_Reglamento.htm

¹⁶³ Art. 1: 1. “La Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo, es un órgano colegiado nombrado por el Patronato de la fundación Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología, al que compete la materialización de los fines de la Fundación recogidos en el artículo de los Estatutos de la misma”. 2. “En el ejercicio de sus funciones actúa con plena independencia y autonomía competencial y de funciones. Tiene su domicilio en la sede social de la Fundación”. 3. “La Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo estará integrada por personas de reconocido prestigio a las que el Patronato de la Fundación y la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) garantizan su autonomía de actuación”.

magistrado Rafael de Mendizábal; seis vocales: el abogado Luis Martín Mingarro, el catedrático José Luis Martínez Albertos, los profesores Carmen Guaita y Juan Carlos Suárez Villegas, y los periodistas Marisa Ciriza y Fernando González Urbaneja (también expresidente de la FAPE de 2004 a 2008); y un secretario, el catedrático Emilio Suñé¹⁶⁴.

10.3 Funcionamiento de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología

La Comisión actúa, pues, como un garante de la deontología periodística, un órgano de autocontrol interno de la profesión, que tiene entre sus facultades más destacables las de velar por el cumplimiento del Código de la FAPE y defender a quienes puedan verse afectados por sus infracciones. Su actividad, por tanto, se basa en dos aspectos de vital importancia: sus funciones y su ámbito de actuación. Es decir, a qué se dedica y a quién va dirigido.

10.3.1. Funciones de la Comisión

Desde sus orígenes la Comisión ha tenido bien definidas sus funciones. Ya en su primer reglamento aprobado en 1997 se enumeran una serie de cometidos que deberá asumir el órgano autorregulador¹⁶⁵:

1. Dictar resoluciones que resuelvan los expedientes tramitados en relación con las infracciones del Código Deontológico de la FAPE.
2. Arbitrar cuestiones que le sean sometidas por las partes como consecuencia de litigios deontológicos.
3. Informar y dictaminar sobre cuestiones de deontología profesional cuando lo solicite la FAPE, cualquier asociación de la prensa, de periodistas o de medios de comunicación.

¹⁶⁴ Información recuperada el 20/2/2015 en: <http://www.comisiondequejas.com/Miembros/Miembros.htm>

¹⁶⁵ Artículo 3. *Funciones*. (Ver en Aznar, 1999: 302-308)

4. Elaborar anteproyectos de códigos deontológicos, normas de conducta profesional o estatutos de redacción, cuando así lo solicite la FAPE, cualquier asociación de la prensa, de periodistas o de medios de comunicación.
5. Desarrollar cualesquiera otras funciones que le sean encomendadas por la FAPE en relación con la deontología profesional periodística.

Con la reforma reglamentaria de 2004, se sintetizan mejor las funciones que la Comisión debe desarrollar y, sobre todo, se detalla de manera más precisa el punto que hace referencia a la incoación de los expedientes por infracciones deontológicas. La nueva redacción quedaba así¹⁶⁶:

1. Informar y dictaminar sobre cuestiones de Deontología profesional periodística que le sean remitidas por la Junta Directiva de la FAPE, por su iniciativa o a solicitud de cualquier asociación de la prensa federada u otras agrupaciones de periodistas o medios de comunicación. Podrá, asimismo, emitir informes y dictámenes cuando sean requeridos por las autoridades públicas e institucionales, así como por el propio acuerdo en cuestiones urgentes y de alarma social.
2. Tramitar y resolver los expedientes incoados en relación con posibles incumplimientos del Código Deontológico.
3. Arbitrar cuestiones que le sean sometidas por las partes como consecuencias de litigios deontológicos.
4. Desarrollar cualesquiera otras funciones que le sean encomendadas por la FAPE en relación con la Deontología profesional periodística.

¹⁶⁶ Artículo 3. *Funciones*. Este Reglamento estuvo expuesto en la web de la FAPE hasta que a finales de noviembre de 2013 fue sustituido por el actual. No obstante esta información fue recuperada por el autor de este trabajo el 24/11/2012 en: www.comisiondequejascom/Reglamento/Texto_Reglamento.htm

La última modificación del Reglamento de la Comisión, aprobado en noviembre de 2013, varía alguna cuestión respecto del anterior. Aparte de suprimir el cuarto punto (“desarrollar cualesquiera otras funciones que le sean encomendadas por la FAPE”), amplía el punto tres (el referente al arbitraje) y lo completa con un compromiso claro del papel mediador que debe asumir la nueva Comisión. Por otra parte, a partir de ahora, entre los órganos que podrán requerir dictámenes o informes a la Comisión estará también el Patronato de la Fundación. Actualmente las funciones encomendadas son las siguientes (art. 3):

1. Informar y dictaminar sobre cuestiones de Deontología profesional periodística que le sean remitidas por el Patronato de la Fundación, o por la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), por su iniciativa o a solicitud de cualquier asociación de la prensa federada u otras agrupaciones de periodistas o medios de comunicación. Podrá, asimismo, emitir informes y dictámenes cuando sean requeridos por las autoridades públicas e institucionales, así como por el propio acuerdo en cuestiones urgentes y de alarma social.
2. Tramitar y resolver los expedientes incoados en relación con posibles incumplimientos del Código Deontológico.
3. Arbitrar y ejercer la mediación en cuestiones que le sean sometidas por las partes como consecuencia de litigios deontológicos.

10.3.2. Ámbito de actuación de la Comisión

La otra cuestión destacable es su ámbito de actuación. Desde siempre se tuvo claro que la Comisión, como órgano autorregulador de la actividad periodística en España, podía actuar a instancia de parte o por iniciativa propia. Sin embargo, en su primer Reglamento de 1997, esta pretensión no quedaba muy clara en su redacción y por eso fue uno de los artículos modificados en 2004. Actualmente, el artículo 10 del Reglamento que habla de

los informes, dictámenes y arbitraje no ha variado desde entonces. En el mismo, se determina que “la Comisión podrá pronunciarse sobre los contenidos de cualquier medio escrito o audiovisual” (Art. 10.1). Sin embargo, también podrá hacerlo a instancia de “cualquier asociación federada, agrupación de periodistas o medio de comunicación, así como instituciones y otras organizaciones profesionales” (Art.10.2); cualquiera de ellas podrá solicitar a la Comisión informe o dictamen sobre la adecuación de determinadas conductas periodísticas que puedan afectar las normas éticas de la profesión. Y, por otra parte, también lo hará ante la queja de cualquier persona física o jurídica afectada por una actividad periodística que incumpla el Código Deontológico, tal como se recoge en el artículo 9.1 del Reglamento.

Desde su creación y hasta 2014, la Comisión ha tramitado 92 quejas y ha realizado 8 informes, en total ha emitido 100 resoluciones¹⁶⁷.

10.3.3. Presentación y tramitación de las quejas

Las quejas, por tanto, las puede presentar cualquier persona, física o jurídica, siempre que se considere afectada por el contenido de una información periodística. Es decir, es requisito que el demandante sea el afectado o actúe como representante de éste, lo que hasta la modificación del Reglamento de 2013 se conocía como la *legitimidad del reclamante* y que su incumplimiento suponía la desestimación o inadmisión de la queja. Esto provocaba que un buen número de infracciones deontológicas no pudieran ser sancionadas por la Comisión, a pesar de que algunas de ellas fueran de notable magnitud. Para evitar esta situación, la reforma reglamentaria introdujo un nuevo artículo que posibilita a la Comisión que pueda actuar en aquellos casos que, “aun siendo formuladas [las quejas] por quien no esté

¹⁶⁷ Número total de resoluciones (quejas e informes) por años. Para más información ver capítulo XII de este trabajo.

2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
4 (3+1)	4	10 (9+1)	6 (5+1)	13	12	10	8	15 (14+1)	18 (14+4)

directamente afectado, trate de supuestos de alarma o escándalo social” (Art.9.3).

Otra cuestión importante es el plazo para su presentación, que no podrá exceder de dos meses desde que se produjeron los hechos denunciados, “salvo que previamente el solicitante hubiera utilizado la vía judicial o cualesquiera otra profesional, en cuyo supuesto el plazo comenzará a correr cuando se hubieren agotado mediante resolución firme” (Art.9.2)

Las quejas se presentarán todas por escrito, en la forma que se considere más adecuada por su autor y sin sujeción a formulario. No obstante, deberán constar los datos identificativos del demandante, los hechos denunciados, las normas deontológicas que considere vulneradas, los documentos de prueba oportunos, así como las medidas adecuadas para reparar el derecho o interés legítimo lesionado¹⁶⁸ (Art. 9.7).

Una vez admitida la queja por parte de la Comisión, se dará traslado de la misma a la parte denunciada y se abrirá un plazo de alegaciones para que pueda formular contestación por escrito y presente las pruebas que crea conveniente (Art.9.10). Concluido el plazo, se nombra un ponente por turno de entre los miembros de la Comisión que será el encargado de instruir el expediente deontológico y, una vez analizados los documentos y las pruebas aportadas por las partes, proponer al Pleno la resolución que proceda (Art. 9.11). En caso de ser estimada, se indicará siempre el precepto o preceptos del Código Deontológico vulnerados.

Otra cuestión que se recoge por vez primera en el Reglamento modificado en 2013 es la referente a las medidas que la Comisión recomienda para reparar el daño causado. El artículo 9.17 dice taxativamente “las resoluciones se notificarán a las partes interesadas así como al Patronato de la Fundación y a los órganos directivos de la FAPE, y se remitirán a los medios de comunicación, para su publicación. En todo caso los medios adheridos a la

¹⁶⁸ En la web de la FAPE se puede descargar un modelo de reclamación a falta de rellenar los datos que se precisan y hacer más fácil su presentación.

Fundación Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología deberán publicar en las resoluciones que les afecten al menos la parte dispositiva de las mismas”. Esta novedad, que hasta ahora no se contemplaba, revela el carácter sancionador de la Comisión sobre aquellos los medios infractores, y viene a resarcir, en lo posible, el daño que sus contenidos hayan podido causar a los afectados.

10.4 Fundación Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología

La Fundación Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología se constituyó a finales de julio de 2011 con el fin de completar “un sistema de autorregulación de la profesión que pretende dar explicaciones a la sociedad y a los propios periodistas sobre la buena práctica”, según reza en su escritura de constitución (Molina, 2011: 8). Nace, por tanto, con el compromiso de fortalecer el órgano autorregulador, abrir la Comisión hacia el exterior y conseguir el compromiso de otras instituciones y agentes relacionados con el periodismo y la comunicación. En palabras del expresidente de FAPE, Fernando González Urbaneja, la Fundación nace con la voluntad de ampliar su espectro de actuación y dotarse de una estructura robusta, una entidad “a imagen de la *Press Complaints Commission*, con personal propio y servicio de estudios incluido, que publique informes periódicos, organice charlas y celebre seminarios sobre ética y deontología del periodismo”, explica (en Molina, 2011:10).

Al igual que sucede en Cataluña con la *Fundació del Consell de la Informació*, en ella se da cabida a otras asociaciones profesionales, organizaciones de editores y universidades con estudios de Ciencias de la Información que quieran comprometerse en el mantenimiento del organismo para garantizar su autonomía y su independencia. “Una iniciativa privada, financiada por sus patronos, al servicio de la sociedad y sin vinculación oficial o política”, como señala la actual presidenta de FAPE y de la Fundación, Elsa González (en

Molina, 2011: 10). Una iniciativa que quiere romper con la imagen distorsionada que se ha dado de la Comisión de Quejas en determinados momentos.

El hecho de que desde su creación la Comisión se haya presentado “como órgano de autocontrol deontológico interno de la profesión periodística, en orden a favorecer y promover el arbitraje, la mediación, el entendimiento y la recomendación de petición de disculpas u otros para, actuando como autoridad moral otorgada explícitamente por las asociaciones de la prensa y los periodistas en ellas afiladas”¹⁶⁹ produjo que autores como Aznar plantearan que se trataba más bien de una comisión de deontología que de un verdadero Consejo de Prensa (Aznar, 2011: 281). Es posible que la declaración de principios induzca a pensar así. Sin embargo, si nos atenemos al recorrido que la Comisión ha realizado durante sus años de vida y de las resoluciones emitidas, la realidad es que su funcionamiento es similar al del *Consell de la Informació de Catalunya*, con la única salvedad de que el compromiso de las empresas de medios no se ha conseguido tan rápidamente como con el CIC. Un déficit que con el nacimiento de la Fundación se va subsanando de manera progresiva. Por otra parte, quizá para remediar posibles errores de interpretación como el descrito, los Estatutos de la Fundación son claros a la hora de asignarle a la Comisión un papel similar al del *Consell* catalán, considerado el Consejo de la Información (o de Prensa) pionero en España.

10.4.1. Entidades adheridas a la Fundación

Al año de haberse creado la Fundación, sus responsables empezaron a recoger los primeros frutos en forma de adhesión. Casi medio centenar entidades habían mostrado su compromiso de pertenecer al nuevo órgano recién creado. Su vinculación a la Fundación se hace a través de un Protocolo de Adhesión “en el que se comprometen a aceptar el Código Deontológico de

¹⁶⁹ Así consta en el preámbulo de sus distintos Reglamentos.

la FAPE y publicar las resoluciones que afectan al medio implicado, aunque sean negativas”, según destaca su presidenta¹⁷⁰. Este aspecto es algo totalmente novedoso hasta la fecha, pues desde que se creó el órgano autorregulador en 2004 (bajo el nombre de Consejo Deontológico) no se había recibido el apoyo de ningún medio de comunicación y ni mucho menos se contemplaba la posibilidad de que sus resoluciones fueran publicadas.

Actualmente están adheridas a la Fundación Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología las siguientes entidades¹⁷¹:

- Agencia EFE
- Agencia Europa Press
- Agencia Servimedia
- Agencia Multipress Jaén
- Grupo Prisa (*El País*, *Cinco Días*, *As*, Cadena SER y sus revistas)
- Grupo *DiarioCrítico.com*
- Grupo *20 Minutos*
- Galipress
- *Noticias de La Rioja*
- *Viva Jaén*
- *Diario Jaén*
- *El Progreso de Lugo*
- *El Adelanto de Segovia*
- *Mundo Cristiano*
- *CáscaraAmarga.es*
- *Cantabriadiario.com*
- *Lainformacion.com*

¹⁷⁰ Declaraciones realizadas por la presidenta de la FAPE y de la Fundación, Elsa González, en el acto de presentación de la Fundación para la Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE, celebrado en Madrid el 20 de julio de 2012 y recogidas en la revista *Periodistas*, nº 30, Otoño 2012, p-34-35.

¹⁷¹ Información proporcionada por la Fundación al autor mediante correo electrónico, remitido el 27 de febrero de 2015.

- *Elacueducto.com*
- Radio y Televisión de Castilla y León
- Televisión Popular de Santander
- Onda Jaén Radio y Televisión
- *EsTorrelavega.com*
- *El Correo de Andalucía*
- Grupo Joly (*Diario de Cádiz, Diario de Jerez, Europa Sur, Diario de Sevilla, El Día de Córdoba, Huelva Información, Málaga Hoy, Granada Hoy y Diario de Almería*)
- Grupo Siena (*Magisterio Español, Padres y Colegios, Menos 20, Menos 25 y Escuela Infantil*)
- Ediciones Condé Nast (*Vogue, Glamour, GQ, Traveler, AD y Vanity Fair*)
- *Capital*
- *El Mundo*
- *DiarioAbierto.es*
- *Zoomnews.es*
- 13 TV
- Academia de Televisión
- Asociación de Usuarios de Televisión (AUC)
- Unión Profesional
- Asociación española de Universidades con titulaciones de Información y Comunicación (ATIC)¹⁷²

¹⁷² Forman parte de ATIC un total de 32 universidades españolas: Universidad a Distancia de Madrid, Universidad de Alicante, Universitat Autònoma de Barcelona, Universidad Cardenal Herrera-CEU de Valencia, Universidad Carlos III de Madrid, Universidad de Castilla La Mancha, Universidad Complutense de Madrid, Universidade da Coruña, Universidad Europea Miguel de Cervantes, Universidad de Granada, Universitat Internacional de Catalunya, Universidad Jaume I de Castellón, Universitat de Lleida, Universidad de Málaga, Universidad de Murcia, Universidad de Navarra, Universitat Nebrija de Madrid, Universitat Oberta de Catalunya, Universidad de Palma de Mallorca, Universitat Pompeu Fabra de Barcelona, Universidad Pontificia de Salamanca, Universitat Ramon Llull de Barcelona, Universidad Rey Juan Carlos I de Madrid, Universitat Rovira i Virgili de Barcelona, Universidad de Salamanca, Universidad San Jorge de

10.4.2. Composición de la Fundación

Según los Estatutos, la Fundación está regida por un Patronato, que es el órgano de gobierno y de representación, y al que le corresponde “cumplir los fines fundacionales y administrar con diligencia los bienes y derechos que integran su patrimonio” (art. 8). Está constituido por un mínimo de tres y un máximo de veinte patronos, que podrán ser personas físicas o jurídicas y todos ejercerán su cargo gratuitamente (art. 9); la FAPE tendrá la consideración de miembro permanente del Patronato y el resto serán elegidos por periodos de seis años prorrogables. Actualmente, el Patronato está compuesto por el Presidente, que según los Estatutos será la persona que ocupe la presidencia de la FAPE (art.11), cuatro vocales¹⁷³ y un Secretario General¹⁷⁴. Entre las atribuciones del Patronato destacan (art. 13):

- La representación de la Fundación y ejercer el gobierno, aprobar los planes de gestión y los programas de actuación de la misma.
- Interpretar y desarrollar los Estatutos, así como acordar su modificación.
- Fijar las líneas generales sobre la distribución y aplicación de los fondos disponibles.
- Nombrar apoderados generales o especiales.
- Seleccionar a los beneficiarios de las prestaciones fundacionales.
- Aprobar el plan de actuación y las cuentas anuales.
- Acordar la apertura y cierre de sus Delegaciones.
- Adoptar acuerdos sobre la extinción o fusión de la Fundación.
- Delegar facultades en uno o más patronos.

Zaragoza, Universidad San Pablo CEU de Madrid, Universidad de Santiago de Compostela, Universidad de Sevilla, Universitat de València, Universitat de Vic y Universidad de Vigo, (información recuperada el 25 de febrero de 2015 en: <http://titulaciones-atic.com/miembros/>)

¹⁷³ Un representante de la Asociación de la Prensa de Madrid, un representante de la Asociación de Periodistas de Información Económica (APIE), el Decano del Colegio de Periodistas de Murcia y Carlos Sanz Estable, periodista y expresidente de la Asociación de Prensa de Guadalajara. (Información proporcionada por la Fundación mediante correo remitido el 26 de febrero de 2015).

¹⁷⁴ Javier Señan Cano, abogado y director adjunto de la Secretaría General de la APM.

10.5 Código Deontológico de la FAPE

10.5.1. Aprobación del Código

El Código Deontológico de la Profesión Periodística de la FAPE fue aprobado en el seno de la Asamblea celebrada en Sevilla, en noviembre de 1993, bajo la presidencia de Antonio Petit. Para la ocasión, asistieron delegados de las 33 asociaciones que por entonces conformaban la Federación¹⁷⁵ y que representaban a un total de 5.384 periodistas; actualmente la cifra supera los 21.400 profesionales afiliados a través de 48 asociaciones federadas y 16 vinculadas¹⁷⁶.

Tras la presentación del texto deontológico y su posterior debate, el Código fue aprobado por 23 votos a favor (Alicante, Almería, Aragón, Ávila, Badajoz, Cádiz, Campo de Gibraltar, Cantabria, Córdoba, Cuenca, Granada, Guadalajara, Jerez de la Frontera, Madrid, Málaga, Melilla, Murcia, Sevilla, Soria, Toledo, Valladolid, Vizcaya y Zamora); 4 en contra (La Rioja, Pamplona, San Sebastián y Vigo) y una abstención (Jaén), según consta en el acta de la sesión recogida por Mora en su Tesis Doctoral. Señalar que las asociaciones de La Coruña, Las Palmas de Gran Canaria, León, Lugo y

¹⁷⁵ Las Asociaciones que asistieron a la Asamblea de Sevilla fueron las de: Alicante, Almería, Aragón, Ávila, Badajoz, Cádiz, Campo de Gibraltar, Cantabria, Córdoba, Cuenca, Granada, Guadalajara, Jaén, Jerez de la Frontera, La Coruña, La Rioja, Las Palmas de Gran Canaria, León, Lugo, Madrid, Málaga, Melilla, Murcia, Pamplona, San Sebastián, Santiago de Compostela, Sevilla, Soria, Toledo, Valladolid, Vigo, Vizcaya y Zamora. (Mora, 2010).

¹⁷⁶ Asociaciones federadas (por orden alfabético) y número de miembros: Albacete (192), Alicante (271), Almería (178), Aragón (586), Ávila (23), Badajoz (61), Burgos (83), Cáceres (145), Cádiz (169), Campo de Gibraltar (104), Cantabria (290), Castellón (19), Ceuta (32), Ciudad Real (111), Córdoba (77), Cuenca (44), Granada (213), Guadalajara (126), Huelva (81), Jaén (106), Jerez de la Frontera (114), La Coruña (258), La Rioja (316), Lanzarote-Fuerteventura (19), Las Palmas (40), León (59), Lugo (54), Madrid (7.556), Málaga (276), Melilla (40), Mérida (108), Murcia (281), Navarra (156), Oviedo (355), País Vasco (286), Palencia (70), Salamanca (47), Santa Cruz de Tenerife (106), Santiago de Compostela (118), Segovia (104), Sevilla (834), Soria (65), Talavera de la Reina (52), Toledo (66), Valencia (633), Valladolid (200), Vigo (31), Zamora (36)
Asociaciones vinculadas: Asociación de Comunicadores e Informadores Jurídicos (91), Asociación Española de Comunicación Científica (249), Asociación Española de Periodistas Deportivos (2.958), Asociación Española de Periodistas y Escritores del Vino (88), Asociación Nacional de Informadores Gráficos de Prensa y Televisión (617), Asociación Nacional de Informadores de la Salud (586), Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España (83), Asociación de Periodistas de Belleza (70), Asociación de Periodistas Digitales de Andalucía (70), Asociación de Periodistas de Información Ambiental (190), Asociación de Periodistas de Información Económica (252), Asociación de Periodistas Parlamentarios (106), Federación Española de Periodistas y Escritores de Turismo (214), Mujeres Periodistas del Mediterráneo (100), Unión Católica de Informadores y Periodistas de España (230), Unión de Periodistas (345); (*Periodistas*, nº 36, 2014: 59-61).

Santiago de Compostela “o estaban ausentes o no participaron en la votación final” (Mora, 2010:217-218).

Sin embargo, conviene precisar que, a pesar de la existencia de los cuatro votos en contra, no debe interpretarse como que estas asociaciones rechazarán la existencia de un Código Deontológico, más bien lo que pretendían era que fuera un texto más ágil y conciso. Tal como señala el periodista y profesor Luís Fernando Ramos, presente en la Asamblea representando a la Asociación de Vigo, “los votos en contra no significaron, por parte de ninguna de las cuatro asociaciones que los emitieron, discrepancia con la cuestión esencial, es decir, la necesidad de dotar a la profesión periodística de un Código Deontológico, sino disconformidad con la formulación final del mismo, ya que las entidades citadas preferían un documento menos extenso, en forma de decálogo o similar, parecido al texto del *Col.legi de Periodistes de Catalunya*” (Ramos, 1998: 413)

No cabe duda que la aprobación de este Código representó un primer paso muy importante hacia la autorregulación de la actividad periodística en nuestro país por varios motivos. Primero porque, tal como dice Escobar, la FAPE, al ser la mayor organización de periodistas de España, integrando la práctica totalidad de las asociaciones de la prensa, convertía su Código en “el documento de deontología periodística más importante en nuestro país” (2002: 107). Segundo, porque su aprobación “vino a llenar un vacío que hacía de España uno de los últimos países de Europa en contar con un código del periodismo propio” (Aznar, 1999: 81). Y tercero, porque el trabajo desarrollado por los responsables de la FAPE en los últimos años, con la aprobación de unos nuevos estatutos al mismo tiempo que el código deontológico, presentaba un nuevo contexto, ya no cabía hablar de la profesión periodística “sin hablar a la vez de deontología y autorregulación” (Aznar, 1999: 82).

Para la elaboración del Código fueron consultadas todas las asociaciones de la prensa españolas, así como distintas organizaciones de editores de prensa, radio y televisión. También se contó con la colaboración de un buen número de expertos, entre ellos: catedráticos de Derecho y de Ética, vocales del Consejo General del Poder Judicial y destacados periodistas pertenecientes a la FAPE, la FIP y al Colegio de Cataluña (Aznar, 1999). Por otro lado, se tuvieron en cuenta diversos documentos deontológicos como: la Declaración de Principios de la Federación Internacional de Periodistas, el Código de Conducta de la Asociación de Periodistas de Información Económica, el Código Europeo de Deontología del Periodismo, la Carta de Deberes del Periodista de Italia, el Código Deontológico del Colegio de Periodista de Cataluña, el Código de Ética Profesional de *Actualidad Económica*, el *Editors' Code* de la *Press Complaints Commission*, el Reglamento de Conflictos del *Dow Jones Company*, el Libro de Estilo del *Washington Post* y el Código de Autodisciplina de los Periodistas de *Il Sole 24 Ore* (Ramos, 1998).

10.5.2. Estructura y contenido del Código

El Código de la FAPE, que desde su aprobación en 1993 no ha sufrido modificación alguna, contiene un total de veinte artículos o principios y está estructurado en cuatro bloques: Preámbulo, Principios Generales, Estatuto y Principios de Actuación. En síntesis, mostramos el contenido de cada uno de ellos.

Preámbulo. Es una declaración de intenciones que, en palabras de Parés i Maicas (2006), sitúa el ejercicio profesional del periodismo en el marco del Título I de la Constitución, consagrado a los derechos fundamentales, en el cual están plenamente asegurados los derechos sobre la libertad de información y de expresión. En él se dice que los periodistas reconocen y respetan la libertad de expresión y que ésta es una consecuencia del pluralismo de un Estado democrático y social de Derecho, pero que también tienen unos

límites, los que impidan la vulneración de otros derechos fundamentales. Por todo ello, viene a decir el texto, la profesión periodística entiende que debe mantener, colectiva e individualmente, una intachable conducta ética y deontológica en el desarrollo de su actividad, y que la FAPE se compromete a mantener esos estándares “éticos y deontológicos que le son propios”.

Principios Generales. Este bloque, compuesto de siete artículos, recoge los principios sustanciales del periodismo y resalta la necesidad de que los periodistas actúen siempre manteniendo los principios de profesionalidad y ética contenidos en el Código (art. 1). Entre las materias que recoge están la del respeto a la verdad (art. 2); la libertad a investigar y difundir con honestidad la información, la opinión y la crítica (art.3); así como el de respetar el derecho a la intimidad, al honor y a la propia imagen de las personas, especialmente en momentos que medien elementos de dolor, en personas ingresadas en centros hospitalarios y, sobre todo, cuando afecte a menores (art. 4).

Suárez Villegas (1999) califica de especialmente interesante el artículo 5, que hace referencia a la presunción de inocencia de las personas, sobre todo por incluir que se evite nombrar a familiares y amigos de personas acusadas o condenadas, así como a las víctimas de un delito, especialmente cuando sean contra la libertad sexual. Además, estos criterios, según recoge el artículo 6, deberán extremarse cuando los afectados sean menores de edad, pues en tal caso el periodista deberá abstenerse de entrevistar, fotografiar o grabar a menores sobre temas relacionados con actos delictivos. Y el artículo 7 hace una mención especial a la protección de los más débiles y los discriminados, se rechazan los comentarios despectivos por razón de raza, color, religión, origen social o sexo de las personas o sobre cualquier enfermedad o minusvalía física o mental que padezcan.

Estatutos. Este bloque, compuesto de cinco artículos, contiene instrumentos fundamentales para el desarrollo de la actividad periodística. A

decir de Aznar (1999), las cuestiones que se recogen en este apartado son poco habituales en los códigos deontológicos y, por esa razón, dotan a éste de una singularidad propia. De la misma opinión es Suárez Villegas (1999), para quien los contenidos recogidos en este apartado, suponen una innovación.

El artículo 8, enumera una serie de derechos para garantizar la independencia y la equidad de la profesión: derecho a unas condiciones dignas de trabajo, retributivas y materiales, al deber de oponerse a cualquier intento de monopolio u oligopolio informativo, a participar en la empresa periodística, a poder invocar la cláusula de conciencia, así como al de disponer de una adecuada formación profesional. El derecho al amparo de la propia empresa o de las asociaciones profesionales frente a cualquier pretensión contra el Código, queda recogido en el artículo 9; y el del secreto profesional del periodista, tanto para él como para preservar la confidencialidad de sus fuentes, en el art. 10. El resto de artículos son: el que se refiere a la obligación del periodista de vigilar a las Administraciones Públicas para que éstas cumplan con su obligación de transparencia informativa (art. 11); y el de respetar y hacer respetar los derechos de autor de toda actividad creativa (art. 12).

Principios de Actuación. Este bloque, compuesto de ocho artículos, incorpora a los deberes y obligaciones habituales de los periodistas aspectos más conflictivos y mayores compromisos y exigencias que otros códigos similares (Aznar, 1999). El artículo 13 dice claramente que sólo se informará sobre hechos de los cuales se conozcan su origen, sin falsificar ni omitir informaciones esenciales, ni publicar material informativo falso, engañoso o deformado; además establece la obligación de dar oportunidad a los afectados a ofrecer su propia versión de los hechos y de rectificar en caso de error (derecho de réplica y derecho de rectificación). Los artículos siguientes establecen que los periodistas sólo deben emplear métodos dignos para obtener la información (art. 14); que deberán aceptar la decisión de las

personas físicas o jurídicas a no proporcionar información ni responder a sus preguntas (art.15); así como a respetar el *off the record* (art.16).

En el artículo 17 se dice que el periodista deberá distinguir claramente entre los hechos que narra y lo que puedan ser opiniones, interpretaciones o conjeturas. De igual manera, el artículo 18 recoge la obligación de realizar una distinción formal y rigurosa entre información y publicidad, y considera que el ejercicio simultáneo de ambas actividades es éticamente incompatible. Tampoco el periodista podrá aceptar retribuciones de terceros por publicar informaciones u opiniones (art. 19); ni servirse de información privilegiada que pueda conocer como consecuencia de su profesión, especialmente en el ámbito financiero (art. 20).

CAPÍTULO XI

ÓRGANOS DE HETERORREGULACIÓN. LOS CONSEJOS AUDIOVISUALES

El caso que nos ocupa es bien distinto a los anteriores. Si hasta ahora hemos hecho un recorrido por lo que son órganos de autorregulación de la actividad periodística, en adelante vamos a abordar el de los Consejos Audiovisuales, entidades situadas en la esfera externa de la profesión y, por tanto, considerados órganos de heterorregulación. La diferencia entre unos y otros es clara: mientras los “*auto*”, deben surgir desde la más absoluta independencia desde el propio sector, los “*hetero*” vienen motivados y promovidos por el poder político, a través de la cobertura legislativa que los crea, los organiza, los regula y los financia.

Los Consejos Audiovisuales no pueden ser tenidos más que como ejemplos paradigmáticos de heterocontrol, puesto que, como venimos sosteniendo, lo que sitúa al órgano regulador en el ámbito “*auto*” o “*hetero*” es la naturaleza de quien los crea y los regula. Su diferencia estriba en el origen de ambos. Mientras uno nace del consenso y la aceptación del sector, el otro llega a través de la imposición de la ley y bajo la controversia de la profesión (Mora, 2010). Y así como los Consejos de Prensa tienen su origen en los primeros (autocontrol), los Consejos Audiovisuales pertenecen a los segundos (heterocontrol).

11.1 Consejos Audiovisuales

La creación de los Consejos Audiovisuales viene regulada por ley. Ésa es la primera y más importante característica para situarlo como un mecanismo de heterocontrol. En España, además, dada nuestra descentralización administrativa territorial, con competencias transferidas a las

comunidades autónomas en esta materia, su regulación es más peculiar si cabe, ya que son los Parlamentos autonómicos quienes tienen la potestad de aprobar las leyes que los creará y regulará. De ahí que, aunque parezca paradójico, en España, antes de que las Cortes Generales aprobaran la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, se daba la circunstancia de que ya existían desde años antes tres Consejos Audiovisuales: el de Cataluña, creado en 1996; el de Navarra, en 2002, aunque suprimido en 2011; y el de Andalucía, nacido en 2004 (Azurmendi, 2010).

A pesar de que la Comisión Europea lleva años interesada en promover este tipo de organismos, y de su existencia en casi todos los Estados miembros de la U.E., España ha tardado 20 años en aprobar su Ley. Un largo recorrido que, sin embargo, tampoco sirvió para que el gobierno de la época lograra el consenso de la Cámara¹⁷⁷ (Gómez, 2010). Y lo mismo ha ocurrido con el Consejo Estatal de los Medios Audiovisuales (CEMA), que inició su andadura en el Senado en 1995 y pese a tener el soporte legislativo de la Ley 7/2010, todavía no está constituido ni tiene visos de que vaya a constituirse¹⁷⁸. También ha ocurrido con las iniciativas parlamentarias autonómicas. De todas las comunidades autónomas, y a pesar de que varias de ellas tienen aprobadas leyes para la regulación audiovisual¹⁷⁹, sólo Cataluña y Andalucía tienen creados Consejos Audiovisuales. Otras, como es el caso de la Comunidad de Madrid o Navarra, optaron por suprimirlos, aunque por motivos distintos¹⁸⁰.

Entre las cuestiones que han motivado el retraso legislativo en unos casos, la paralización en otros, y la desaparición de los ya creados, caben destacar dos motivos principalmente: uno, económico; y el otro, por falta de

¹⁷⁷ El gobierno socialista de Rodríguez Zapatero sacó la Ley adelante con el apoyo del PSOE, CiU y Coalición Canaria, la oposición del PP y la abstención de IU, ERC y PNV.

¹⁷⁸ El gobierno del PP anunció a finales de enero de 2012 su intención de no constituirlo. Tampoco es nada novedoso, puesto que durante la campaña electoral de 2011, este partido manifestó su intención de abortar el CEMA y sustituirlo por un “organismo regulador convergente en materia de telecomunicaciones y audiovisual”, según figuraba en su programa de gobierno (*Periodistas*, nº 27).

¹⁷⁹ En este sentido cabe destacar la de Canarias (2010), Baleares (2010) o Galicia (2011).

¹⁸⁰ El de Madrid desapareció en 2006, mediante la Ley 2/2006, de 21 de junio, al estimar que el Consejo Audiovisual suponía un “obstáculo a la libertad de expresión”; y el de Navarra en 2011, mediante la Ley Foral 15/2011, de 21 de octubre, debido a la “situación de crisis económica generalizada que ha obligado a adoptar políticas de contención del gasto público”.

consenso en el sector. Ambos son la causa de por qué España sigue siendo de los pocos países de la Unión Europea que no dispone de un Consejo Audiovisual estatal.

Un ejemplo sobre la cuestión económica lo tenemos con el Consejo Audiovisual de Navarra (CoAN). Tras casi una década de vida, el parlamento navarro decidió suprimirlo por motivos presupuestarios, aduciendo que la situación de crisis económica obligaba a adoptar políticas de contención del gasto público. Ése es el riesgo que se tiene cuando quien lo crea y lo regula es el poder político; que de la misma forma que lo constituye, lo hace desaparecer obedeciendo su propio criterio y voluntad del momento. Sucede con la financiación y también con la elección de sus miembros. En ambos casos, la dependencia de los Parlamentos es tan directa que es el poder político quien decide y elige. A pesar de que estos tengan que ser personas de reconocido prestigio, no dejan de formar parte de una especie de “mercancía” con que los partidos negocian con sus adversarios los nombres de quienes serán elegidos o, por el contrario, serán vetados por cuestiones políticas y no profesionales. Sin embargo, es preciso destacar que no en todos los Estados se cometen las mismas prácticas, aquellos con más tradición y cultura democrática (países del centro y el norte de Europa, por ejemplo) no suelen tener este tipo de problemas y, quizá por ello, dispongan de consejos audiovisuales fuertemente consolidados.

La falta de consenso en el sector es el otro motivo que ha ralentizado y hasta paralizado este tipo de órganos externos de regulación. La profesión nunca ha visto con buenos ojos que los poderes legislativos intenten regular una actividad que requiere total independencia y autonomía del ámbito político. A juicio de gran parte del sector, la intromisión jurídica podría amenazar el libre ejercicio del periodismo y hasta la libertad de expresión. Por eso, cada vez que en España los gobiernos han intentado promover leyes que afectan directamente a los medios, se ha generado polémica y ha suscitado

desconfianza tras cada iniciativa parlamentaria¹⁸¹. Es evidente que las épocas cambian y las sociedades evolucionan, pero no es menos cierto que la regulación jurídica de los medios de comunicación por parte del poder político es una constante en la historia del periodismo que despierta los recelos de gran parte del sector.

11.1.1 Consejo Estatal de Medios Audiovisuales

La aprobación de la Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual, contempla la creación un Consejo Estatal de Medios Audiovisuales, lo que se conoce con el acrónimo CEMA. Una de sus funciones más importantes es supervisar y regular la actividad de los medios de titularidad del Estado o que estén bajo su competencia, es decir las radios y televisiones de cobertura estatal, reguladas en los artículos 45 al 48¹⁸². Su financiación corre a cargo de los Presupuestos Generales del Estado, tal como se recoge en los artículos 46 y 52 de la Ley. Y la elección de sus miembros, según establece el artículo 49, deberá contar con una mayoría cualificada de tres quintos del Congreso de los Diputados entre personas de reconocida competencia en materias relacionadas con el sector audiovisual en todas sus vertientes.

Otra de las cuestiones más relevantes es el *poder sancionador* que le otorga la Ley a través del articulado del Título VI¹⁸³. Entre las sanciones más graves que puede imponer, destaca el de la *revocación de la licencia para prestar el servicio de comunicación audiovisual por ondas hertzianas terrestres y el consiguiente cese de la prestación del servicio*¹⁸⁴, lo que viene a ser la capacidad del CEMA para poder cerrar un medio de comunicación audiovisual¹⁸⁵. Pero también puede imponer multas de hasta un millón de euros para las televisiones y de

¹⁸¹ Así ha sucedido, por ejemplo, con las leyes catalanas sobre el CAC, la Proposición de Ley del Estatuto de Profesional del Periodista o la creación del CEMA.

¹⁸² Art.45. Fines; art. 46. Régimen jurídico; art.47. Funciones y art. 48. Potestades y facultades.

¹⁸³ Artículos del 55 al 61

¹⁸⁴ Recogido en el artículo 60.1.b) de la Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual.

¹⁸⁵ Siempre y cuando se den los supuestos recogidos en el artículo 60.1.b y c.

doscientos mil euros para las radios, cuando las infracciones sean consideradas muy graves; 500.000€ y 100.000€, respectivamente, cuando sean infracciones graves; y de 100.00€ y 50.000€, respectivamente, cuando sean leves.

No obstante, a pesar de que el CEMA no está constituido, la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, lo creó y dotó de las competencias y del poder sancionador que se contempla en la norma.

11.1.2 Consejo Audiovisual de Cataluña

En el mismo sentido va la Ley 2/2000, de 4 de mayo, del *Consell de l'Informació de Catalunya*, que eleva al CAC a *órgano independiente con competencias reguladoras y sancionadoras sobre los contenidos del sector audiovisual de Cataluña*. El Consejo Audiovisual de Cataluña se convierte así en *autoridad audiovisual de Cataluña y en el encargado de velar por el cumplimiento de la legislación y las directrices de las diversas administraciones que tienen competencia*¹⁸⁶. Sin embargo, las modificaciones sucesivas de la ley, así como las nuevas iniciativas legislativas han ido ampliando las competencias del CAC, sobre todo en capacidad sancionadora.

Con la Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la Comunicación Audiovisual de Cataluña¹⁸⁷, le arroga de un poder sancionador desconocido hasta ahora en la España democrática. Estas competencias le llevarán desde sancionar económicamente a las empresas audiovisuales (sobre todo a las televisiones, pero también a las radios) hasta proponer su cierre. Su Preámbulo es claro al respecto: *Cabe destacar de una manera particular que las sanciones establecidas [por la autoridad audiovisual, es decir el CAC] no comportan sólo la imposición de una multa pecuniaria, sino que también pueden consistir en la*

¹⁸⁶ Así queda recogido en el Preámbulo de la Ley 2/2000, de 4 de mayo, del *Consell de l'Informació de Catalunya*.

¹⁸⁷ Aprobada en el Parlamento catalán el 20 de diciembre de 2005.

suspensión temporal de las emisiones por el medio denominada ‘pantalla negra’ o incluso el cese definitivo de las emisiones.

El Título IX lo dedica íntegramente al régimen de las infracciones y sanciones. El artículo 136 recoge el catálogo de sanciones según la gravedad de la infracción. El apartado 136.1.a., sanciona las muy graves *con una multa desde 90.001 euros hasta 300.000 euros y la suspensión de la actividad por un periodo máximo de tres meses*; además, durante ese tiempo el medio *ha de difundir una imagen permanente en negro que ocupe el 100% de la pantalla, con un texto en blanco que indique que el canal está suspendido en su actividad, sin emitir sonido alguno* (curiosamente para el caso de las radios no se especifica indicación alguna con que avisar a la audiencia). Por otra parte, cuando en un mismo año se produzcan dos infracciones muy graves, una muy grave y dos graves, o tres infracciones graves, el CAC *podrá acordar el cese definitivo de la prestación del servicio audiovisual*¹⁸⁸, o lo que es lo mismo, el cierre del medio de comunicación.

Uno de los motivos por el que gran parte de la profesión y de la sociedad es contraria a esta ley y que ha despertado las mayores iras del sector, tiene que ver con uno de los supuestos que se considera motivo de infracción muy grave: el referido al *incumplimiento de los principios básicos de la regulación de los contenidos audiovisuales*, recogido en el artículo 132.b. La misma ley indica cuáles son esos “principios básicos” en su artículo 80. Es lo que algunos han calificado como una intromisión en el ámbito de la veracidad y de la autenticidad de las informaciones¹⁸⁹.

Los supuestos más controvertidos que la Ley considera contrarios a los mencionados “Principios básicos” son:

Artículo 80. Principios básicos de la regulación de los contenidos audiovisuales.

¹⁸⁸ Recogido en el artículo 136.2 de la Ley 22/2005.

¹⁸⁹ Al respecto, la FAPE emitió un comunicado, fechado el 21 de septiembre de 2005, en el que decía lo siguiente: “Lo que establece esta Ley supone resucitar una forma de censura que ya conocimos en el pasado, así como facultades administrativas que se entrometen en los contenidos de los medios y que conculcan el mandato constitucional”. En el mismo, también instaba al Gobierno y a los partidos políticos a presentar un recurso de inconstitucionalidad contra varios aspectos de la Ley, puesto que “supone una clara restricción en el ejercicio de las libertades garantizadas por la Constitución y significa un retroceso en los derechos de los ciudadanos”.

En el marco del ejercicio legítimo de los derechos fundamentales de la libertad de expresión y de información, la realización de actividades de comunicación audiovisual se someterá a los límites siguientes:

- f) Separación clara entre información y opinión, y respetar el principio de veracidad en la difusión de la información. Se entiende por información veraz la que resulta de una comprobación diligente de los hechos*
- g) Hacer una separación clara entre la publicidad y el contenido editorial*
- i) Respetar los códigos deontológicos aprobados por colegios profesionales de los trabajadores que presten servicio en los medios de comunicación*

El rechazo se produce básicamente porque la Ley otorga al CAC poder juzgador sobre materias que tienen que ver con el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la información, invadiendo el margen que el periodista ha de tener para poder ejercer bien su trabajo. Además, el hecho de que un órgano administrativo, como es el CAC, se arrogue competencias que sólo deberían ser propias de los jueces, en opinión de las empresas de medios, pone en peligro la seguridad jurídica que toda empresa debe tener, máxime en el caso de un medio de comunicación.

Una vez más la falta de consenso ha hecho que la ley esté en entredicho y se vea hasta con recelo por parte del sector. Si en su día no se logró el consenso parlamentario¹⁹⁰, la cascada de críticas de las distintas organizaciones profesionales demuestra que gran parte de los periodistas tampoco la ven con buenos ojos. Desde la FAPE, pasando por el Instituto Internacional de Prensa (IPI), la Asociación Mundial de Periódicos (WAN) o el Comité Mundial de Libertad de Prensa (WPFC)¹⁹¹, entre otros, criticaron duramente la Ley y el papel sancionador del CAC.

¹⁹⁰ La Ley fue aprobada con el apoyo del PSC, ERC, ICV y CiU, y la oposición del PP.

¹⁹¹ Véase las hemerotecas de diciembre de 2005 y enero y febrero de 2006 para darse cuenta de la reacción de los periodistas que, tanto a nivel individual como colectivo, se publicaron al respecto. También se puede encontrar un resumen de las críticas en: <http://blogs.periodistadigital.com/periodismo.php?cat=2002>.

11.1.3 Consejo Audiovisual de Andalucía

El de Andalucía es el otro Consejo que queda en vigor en España. Si bien hubo una época en que coincidieron hasta cuatro Consejos Audiovisuales autonómicos: el de Madrid, Navarra, Cataluña y Andalucía, sólo quedan estos dos últimos. El de la Comunidad de Madrid, tuvo una vida de tan solo cinco años (2001-2006), y el de la Comunidad Foral de Navarra, apenas pudo llegar a una década (2002-20011).

El Consejo Audiovisual de Andalucía, el CAA, nace por ley a finales de 2004 y no será hasta dos años más tarde cuando se apruebe, mediante decreto, su reglamento orgánico y de funcionamiento¹⁹². Entre sus funciones, recogidas en la Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía, destacan las siguientes (Artículo 4):

- Velar por el cumplimiento de los principios constitucionales y estatutarios (pluralismo político, social, religioso, de objetividad y veracidad informativa).
- Salvaguardar los derechos de los menores, jóvenes, tercera edad, personas con discapacidad, inmigrantes y otros colectivos necesitados de mayor protección en lo referido a los contenidos de la programación.
- Promover las emisiones de programas audiovisuales de formación destinados a los ámbitos infantil, juvenil, laboral y de consumo.
- Garantizar el cumplimiento de las funciones de servicio público asignadas a los medios de comunicación.
- Solicitar a los anunciantes y empresas audiovisuales el cese o la rectificación de la publicidad ilícita o prohibida.

¹⁹² Decreto 219/2006, de 19 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico y de Funcionamiento del Consejo Audiovisual de Andalucía, (modificado por Decreto 135/2012, de 22 de mayo).

- Garantizar el pluralismo y la libre concurrencia en el sector, y prevenir situaciones de concentración de medios y de abuso de posición dominante.
- Recibir peticiones, sugerencias y quejas formuladas por los ciudadanos y canalizarlas ante sus órganos correspondientes.
- Asesorar al Parlamento de Andalucía, al Consejo de Gobierno y a las Corporaciones locales en materias relacionadas con la ordenación y regulación del sistema audiovisual.
- Incentivar la elaboración de códigos deontológicos y la adopción de normas de autorregulación¹⁹³.
- Incoar y resolver, en el ámbito de sus competencias, los correspondientes procedimientos sancionadores.

Para analizar los contenidos que emiten las radios y televisiones en Andalucía, tanto públicas como privadas, el CAA dispone de un sistema de seguimiento de los medios que graba y archiva sus emisiones. Semanalmente se graban 13.200 horas de televisión y 1.500 horas de radio, lo que les permite, de ese modo, poder almacenar toda la programación que se emite en la comunidad autónoma y disponer de recursos de comprobación ante cualquier denuncia o sospecha sobre la vulneración tanto de los contenidos como de la publicidad. También dispone de una Oficina de Defensa de la Audiencia (ODA), que es la encargada de atender aquellas peticiones, quejas o sugerencias de los ciudadanos sobre cuestiones relacionadas con los medios audiovisuales. Una vez estudiadas las solicitudes se encarga de trasladar al Pleno del Consejo para que éste las resuelva en el ámbito de sus competencias.

A pesar de que el CAA se presenta *como una autoridad audiovisual independiente*¹⁹⁴, como organismo público que es, *El Consejo Audiovisual de*

¹⁹³ En este sentido, destacar que el CAA dispone de un Código Deontológico para sus propios miembros.

*Andalucía se configura como una entidad pública con personalidad jurídica propia*¹⁹⁵, lo que constituye un claro ejemplo de órgano regulador externo creado por los poderes públicos y, por lo tanto, dependiente de ellos. Es decir, un mecanismo de heterocontrol legislativo para vigilar el cumplimiento de la ley sobre los medios de comunicación audiovisuales públicos y también privados. Es el Parlamento andaluz, quien lo financia¹⁹⁶ y quien elige a sus miembros: *La composición del Consejo Audiovisual de Andalucía estará integrado por once miembros, elegidos por el Parlamento de Andalucía por mayoría de tres quintos de sus miembros, y nombrados por el Consejo de Gobierno*¹⁹⁷. Y serán personas de reconocido prestigio profesional en el ámbito de la comunicación audiovisual, científico, educativo, cultural y social. Sin embargo, su número será limitado, no por cuestiones de cualificación, sino por razones de sexo: *La composición del Consejo Audiovisual de Andalucía respetará el principio de paridad de género, pudiendo ser sólo seis de sus miembros personas del mismo sexo*¹⁹⁸.

Otra cuestión importante es la relativa a su potestad sancionadora. El hecho de que no aparezcan los tipos de infracciones y sanciones, ni en la ley de creación del CAA ni en su Reglamento, no quiere decir que carezca de poder sancionador. El artículo 4.16 de la Ley 1/2004 le reconoce capacidad para *incoar y resolver, en el ámbito de sus competencias, los correspondientes procedimientos sancionadores por las infracciones de la legislación relativa a contenidos y publicidad audiovisuales*; y el artículo 33.1 de su Reglamento señala que *Corresponde al Consejo ejercer la potestad sancionadora que las leyes reguladoras de la comunicación audiovisual y de la publicidad otorga a la Administración de la Junta de Andalucía, en lo referente a su ámbito de actuación*. Por muy impreciso que quede, lo que le están reconociendo ambos artículos es la facultad del Consejo Audiovisual de Andalucía para ejercer las mismas sanciones que el CEMA, es decir, desde

¹⁹⁴ Artículo 1.1 de la Ley 1/2004 y Artículo 1.1 del Decreto 219/2006.

¹⁹⁵ Artículo 1.2 de la Ley 1/2004.

¹⁹⁶ Recogido en los artículos 17. Recursos económicos y 18. Régimen presupuestario y control.

¹⁹⁷ Artículo 5.1 de la Ley 1/2004.

¹⁹⁸ Artículo 5.5 de la Ley 1/2004.

imponer multas de hasta un millón de euros, hasta cerrar un medio de comunicación audiovisual.¹⁹⁹.

11.2 Consejos Audiovisuales en Europa

En Europa los consejos audiovisuales aparecen impulsados por los poderes públicos supraestatales. Los avances tecnológicos de los años 80 del pasado siglo multiplicaron las posibilidades de cobertura y emisión de las comunicaciones audiovisuales, especialmente de la televisión. Sin embargo, la utilización de un recurso escaso y de titularidad pública, como es el espectro radioeléctrico, obligó tanto al Consejo de Europa como la Unión Europea a ordenar y regular el sector de la comunicación audiovisual.

11.2.1 Aspectos legislativos

El primer texto que abordó los nuevos desafíos fue el Convenio Europeo de Televisión Transfronterizo aprobado por el Consejo de Europa en 1989. En él se garantizaba la libertad de poder recibir y transmitir emisiones audiovisuales de televisiones ubicadas en cualquier Estado miembro. “Su finalidad es facilitar, entre los Estados que son parte del Convenio, la transmisión transfronteriza y la retransmisión de los servicios de televisión, garantizándose mutuamente la libertad de recepción de programas de otros Estados” (de Carrera, 2008: 245). Ese mismo año la U.E. aprobó la directiva 89/552²⁰⁰, de 3 de octubre, de Televisión sin fronteras, que será el nuevo marco normativo que servirá para regular los medios audiovisuales y garantizar la libre circulación de las emisiones televisivas. Desde entonces, las iniciativas que se han ido sucediendo sobre el sector audiovisual han ido encaminadas a regular su actividad a través de normativa legislativa.

¹⁹⁹ En aplicación de los artículos contemplados en el Título VI, régimen sancionador básico, de la Ley 7/2010 de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.

²⁰⁰ Que será modificada por la Directiva 2007/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de fecha 11 de diciembre de 2007, conocida como Directiva de Medios Audiovisuales.

Tanto el Consejo de Europa, a través de su Recomendación 23 del año 2000, como el Parlamento Europeo, a través de la Directiva 2007/65 de Medios Audiovisuales, reconocen y fomentan la creación de *autoridades u organismos de regulación*, más conocidos como Consejos Audiovisuales. En concreto, el Consejo habla de instar *a los Gobiernos de los Estados miembros a instaurar, si no lo han hecho ya, autoridades independientes de regulación del sector de la radiodifusión*²⁰¹. Y la U.E. de que los Estados son libres de disponer *de sus organismos independientes competentes a fin de poder llevar a cabo su labor de aplicación de la presente Directiva*²⁰², así como de la necesaria y estrecha colaboración entre *organismos reguladores nacionales competentes y la Comisión para garantizar la correcta aplicación de la presente Directiva*²⁰³.

11.2.2 La EPRA

La Plataforma Europea de Autoridades Reguladoras, la EPRA (*European Platform of Regulatory Authorities*), es un organismo internacional independiente formado por las distintas autoridades reguladoras del sector audiovisual en Europa. Se constituyó en 1995 en Malta con el objetivo de ser un foro para el intercambio de información sobre temas comunes y para dar soluciones prácticas a los problemas que afectan al sector audiovisual. Se presenta como un órgano regulador transnacional, cuyas funciones principalmente son unificar criterios y ofrecer soluciones sobre la interpretación de las normas, proporcionar asesoramiento a los Estados respecto a la concesión de licencias de radio y televisión, desarrollar normativa y dictámenes, hacer seguimiento sobre el contenido de los programas y mediar en los conflictos con las empresas operadoras. Por tanto, su cometido tiene que ver más con las cuestiones técnicas y normativas que con la deontológica.

²⁰¹ Recomendación 23 de 2000 del Consejo de Europa.

²⁰² Disposición 65 de la Directiva 2007/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo.

²⁰³ Disposición 66 de la Directiva 2007/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo.

La Plataforma tiene su sede en Estrasburgo (Francia) y está gestionada por un Comité Ejecutivo compuesto por cinco profesionales del sector audiovisual de reconocido prestigio, que son elegidos por un periodo de dos años por los representantes de los órganos adheridos a la EPRA. Anualmente se celebran dos reuniones generales en las que se dan cuenta de los programas de trabajo desarrollados por el Comité durante el semestre, así como fijar los objetivos de futuro. Ente las colaboraciones que mantienen con otros organismos internacionales destacan: la Comisión Europea, el Consejo de Europa, el Observatorio Europeo del Audiovisual y la Oficina del Representante de la OSCE para la libertad de los Medios de Comunicación.

En la actualidad pertenecen a la Plataforma un total de 52 autoridades reguladoras de 44 países²⁰⁴. A continuación presentamos la relación de los países con sus respectivas autoridades reguladoras asociadas a la EPRA²⁰⁵:

- Albania. *Autoriteti i Mediave Audiovizive* (Autoridad de Medios Audiovisuales): www.ama.gov.al
- Alemania. *Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten* (Conferencia de Directores de las Autoridades de Medios Estatales): www.die-medienanstalten.de
- Armenia. *Հեռուստատեսության և Ռադիոյի Ազգային Հանձնաժողով* (Comisión Nacional de Televisión y Radio de Armenia): www.tvradio.am
- Austria. *Kommunikationsbehörde Austria* (Autoridad de las Comunicaciones de Austria): www.rtr.at
- Azerbaiyán. *Milli Televiziya və Radio Surasi* (Consejo Nacional de Radio y Televisión): www.ntrc.gov.az

²⁰⁴ Existen países que tienen más de un órgano adherido. Tal es el caso de Bélgica y España, que tienen tres cada uno, Suiza e Israel, que tienen dos, y Reino Unido, que cuenta también con tres, puesto que tanto Gibraltar como Isla de Man, aunque aparecen como miembros independientes, son territorio británico. En el caso español están adheridos la Comisión Nacional de los Mercados y Competencia, El *Consell Audiovisual de Catalunya* y el Consejo Audiovisual de Andalucía.

²⁰⁵ Consulta realizada el 18 de diciembre de 2014 en la web: www.epra.org

- Bélgica. *Vlaamse Regulator voor de Media* (autoridad Reguladora de Flamenco de los Medios de Comunicación): www.vlaamseregulatormedia.be
- Bélgica. *Medienrat der Deutschsprachigen Gemeinschaft del Belgiens* (Medienrat de la Comunidad Germanoparlante de Bélgica): www.medienrat.be
- Bélgica. *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* (Consejo Superior del Audiovisual): www.csa.be
- Bosnia-Herzegovina. *Regulatorna Agencija za Komunikacije* (Agencia Reguladora de Comunicación): www.rak.ba
- Bulgaria. *СББЕТ ЗА ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ* (Consejo de Medios Electrónicos): www.cem.bg
- Chipre. *Αρχή Ραδιοτηλεόρασης Κύπρου* (Autoridad de Radiotelevisión de Chipre): www.crta.org.cy
- Croacia. *Agencija za Elektroničke Medije* (Agencia de Medios Electrónicos): www.e-mediji.hr
- Dinamarca. *Radio og Tv-Nævnet* (Radio y Televisión de la Junta): www.kulturstyrelsen.dk
- Eslovaquia. *Rada pre Vysielanie un Retransmisiu* (Consejo para la Difusión y la Retransmisión): www.rvr.sk
- Eslovenia. *Agencija za Komunikacijska Omrežja en Storitve Republike Slovenije* (Agencia de Redes y Servicios de Comunicación de la República de Eslovenia): www.akos-rs.si
- España. Comisión Nacional de los Mercados y Competencia: www.cnmc.es
- España. *Consell Audiovisual de Catalunya*: www.cac.cat
- España. Consejo Audiovisual de Andalucía: www.consejoaudiovisualandalucia.es

- Estonia. *Tehnilise Järevalve Amet* (Autoridad Técnica de Vigilancia): www.tja.ee
- Finlandia. *Viestintävirasto* (Autoridad Reguladora de Comunicaciones): www.ficora.fi
- Francia. *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* (Consejo Superior Audiovisual): www.csa.fr
- Georgia. (Comisión Nacional de Comunicaciones): www.gncc.ge
- Gibraltar. (Autoridad Reguladora de Gibraltar): www.gra.gi
- Grecia. *Εθνικό Συμβούλιο Ραδιοτηλεόρασης* (Consejo Nacional de Radio y Televisión): www.esr.gr
- Hungría. *Nemzeti Mediáció és Hírközlési Hatóság - Médiatelepülés* (Consejo de Medios de la Autoridad Nacional de Medios e Infocomunicaciones): www.nmhh.hu
- Irlanda. *Údarás Craolacháin na hÉireann* (Autoridad de Radiodifusión de Irlanda): www.bai.ie
- Isla de Man. (Comisión de Comunicaciones): www.iomcc.im
- Islandia. *Fjölmiðlanefnd* (Comisión de Medios Islandesa): www.fjölmiðlanefnd.is
- Israel. (Autoridad Segunda de Televisión y Radio): www.rashut2.org.il
- Israel. (Consejo para la Televisión por Cable y Satélite): www.moc.gov.il
- Italia. *Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni* (Autoridad para la Garantía de las Comunicaciones): www.agcom.it
- Kosovo. *Komisioni i Pavarur* (Comisión de Medios Independientes): www.kpm-ks.org
- Letonia. *Nacionālā Elektronisko Plašsaziņas Līdzekļu Padome* (Consejo Nacional de Medios de Comunicación Electrónicos): www.neplpadome.lv

- Lituania. *Lietuvos Radijo ir Televizijos Komisija* (Comisión de Radio y Televisión de Lituania): www.rtk.lt
- Luxemburgo. *Autorité Luxembourgeoise Indépendante del Audiovisual* (Autoridad Luxemburguesa Independiente del Audiovisual): www.alia.lu
- Macedonia. *Агенција за Аудио и Аудиовизуелни Медии Услуга* (Agencia para audio y Servicios de Comunicación Audiovisual): www.avme.mk
- Malta. (Autoridad de Radiodifusión de Malta): www.ba-malta.org
- Moldavia. *Consiliul Coordonator al Audiovizualului* (Consejo de Coordinación de la Actividad Audiovisual): www.cca.md
- Montenegro. *Агенција за Електронске Медије* (Agencia de Medios Electrónicos): www.ardcg.org
- Noruega. *Medietilsynet* (Autoridad de Medios Noruego): www.medietilsynet.no
- Países Bajos. *Commissariaat voor de Media* (Comisariado de los Medios): www.cvdm.nl
- Polonia. *Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji* (Consejo Nacional de Radio y Televisión): www.krrit.pl
- Portugal. *Entidade Reguladora para a Comunicação Social* (Autoridad Reguladora de los Medios de Comunicación): www.erc.pt
- Reino Unido. *Office of Communications-Ofcom* (Oficina de Comunicaciones-Ofcom): www.ofcom.org.uk
- República Checa. *Rada pro Rozhlasové a Televizní Vysílání* (Consejo de Radio y Televisión Abierta): www.rrtv.cz/en
- Rumanía. *Consiliul National al Audiovizualului* (Consejo Nacional Audiovisual): www.cna.ro

- Serbia. *Republička Radiodifuzna Agencija* (Autoridad Reguladora de Medios Electrónicos): www.rra.org.rs
- Suecia. *Myndigheten Radio och Tv* (Autoridad Sueca de Radio y Televisión): www.radioochtv.se
- Suiza. *Kommunikation Federal de la Comunicación / Ufficio Federale delle Comunicazioni* (Oficina Federal de Comunicaciones): www.ofcom.ch
- Suiza. *Autorité Indépendante d'Examen des Plaintes* (Autoridad Independiente de Quejas): www.ubi.admin.ch
- Turquía. *Radyo ve Televizyon UST Kurulu* (Consejo Supremo Turco de Radio y Televisión): www.rtuk.org.tr
- Ucrania. *Національна Рада* (Consejo Nacional de Radio y Televisión de Ucrania): www.nrada.gov.ua

A diferencia de lo que ocurre con la Alianza Europea de Consejos de Prensa, la AIPCE, que está formada por órganos autorreguladores independientes en su totalidad, en la EPRA la mayoría de sus miembros son organismos públicos, dependientes muchos de ellos de sus respectivos gobiernos y financiados mediante los presupuestos generales, al estilo de los consejos audiovisuales españoles, lo que la sitúa claramente en una plataforma formada por órganos heterorreguladores.

Si en el Capítulo IV de este trabajo hemos abordado las diferencias existentes entre autorregulación y heterorregulación desde su lado teórico²⁰⁶, en esta Segunda Parte hemos querido mostrar aquéllos órganos autorreguladores especialmente significativos en la actividad periodística española²⁰⁷, así como destacar las diferencias entre los Consejos de Prensa²⁰⁸ y

²⁰⁶ En concreto en el epígrafe 4.2. Regulación de la actividad informativa: heterorregulación, desregulación y autorregulación.

²⁰⁷ Ver Capítulo VII La *Press Complaints Commission*; Capítulo VIII El Colegio de Periodistas de Cataluña y su Consejo de la Información; Capítulo IX La Asociación para la Regulación de la Comunicación comercial (Autocontrol); y Capítulo X La Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE.

²⁰⁸ Capítulo VI Órganos de Autorregulación. Los Consejos de Prensa.

los Consejos Audiovisuales²⁰⁹, máximos exponentes de la *auto* y la *hetero* regulación respectivamente. Un recorrido en el que hemos pretendido resaltar tanto los antecedentes como el papel desarrollado actualmente por cada uno de los órganos autorreguladores citados (PCC, CIC, Autocontrol y Comisión de la FAPE); y de igual manera, aunque en menor medida, el de los consejos audiovisuales que existen en nuestro país (CEMA, CAC y CAA)²¹⁰.

A partir de ahora, en la siguiente parte del trabajo, vamos a presentar las 100 primeras Resoluciones emitidas por la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE, en el periodo comprendido entre 2005 y 2014, debidamente analizadas y clasificadas desde un punto de vista cuantitativo, cualitativo y comparativo.

²⁰⁹ Capítulo XI Órganos de Heterorregulación. Los Consejos Audiovisuales.

²¹⁰ Ver Cap. XI (epígrafes: 11.1.1. Consejo Estatal de Medios Audiovisuales; 11.1.2. Consejo Audiovisual de Cataluña; y 11.1.3. Consejo Audiovisual de Andalucía).

PARTE III:
ANÁLISIS DE LAS RESOLUCIONES

CAPÍTULO XII

ANÁLISIS CUANTITATIVO Y CLASIFICACIÓN DE LAS RESOLUCIONES (2005-2014)

Una vez reunidas todas las Resoluciones emitidas por la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología durante este periodo de diez años (2005-2014), vamos a proceder a su análisis y clasificación cuantitativa. Para ello, hemos establecido unos criterios objetivos siguiendo en gran parte las pautas metodológicas del *Grup de Recerca en Periodisme* de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona²¹¹, recogidos en sus diferentes estudios, entre los que destaca el *Estudi dels dictàmens del Consell de la Informació de Catalunya*²¹². Dichos criterios atienden de una manera pormenorizada la medición de diversos parámetros que seguidamente presentamos mediante las tablas que hemos elaborado *ad hoc*. En ellas se recogen datos cuantitativos sobre los demandantes, los tipos de medios donde se producen los hechos motivo de queja, la tipología de las demandas, así como los acuerdos tomados por la Comisión. Además, nos permitirá conocer cuáles son los principios deontológicos más afectados por la actividad periodística en España. Finalmente, a modo de compendio, se incorpora la clasificación de todas las Resoluciones emitidas, separadas por años, con todos los datos que nos han servido para la elaboración de las distintas tablas expuestas en esta parte del trabajo.

²¹¹ El *Grup de Recerca en Periodisme* (Grupo de Investigación en Periodismo) es un equipo de investigación reconocido desde 2014 como grupo de investigación consolidado por la *Generalitat de Catalunya*. El Grupo, cuyos inicios se remontan a 2006, está integrado por profesores y alumnos de doctorado dedicados a la investigación en el ámbito del periodismo y la comunicación, entre los que destaca la línea de investigación en Ética del Periodismo, dirigida por el profesor Salvador Alsius.

²¹² Estudio de los dictámenes del Consejo de la Información de Cataluña (CIC).

12.1. Periodificación por años

El total de Resoluciones publicadas y analizadas desde marzo de 2005 y hasta diciembre de 2014, es de 100. De ellas, 8 son Informes/Resoluciones que abordan distintos temas de especial sensibilidad y de interés para la profesión periodística.

En la tabla siguiente (tabla n° 1) exponemos el número de Resoluciones clasificadas por años, indicando también el de Informes/Resoluciones.

Tabla n° 1

Año	Numeración	Número de Resoluciones
2005	2005/1 a 2005/4	4 (Informes/Resoluciones: 1)
2006	2006/5 a 2006/8	4
2007	2007/9 a 2007/18	10 (Informes/Resoluciones: 1)
2008	2008/19 a 2008/24	6 (Informes/Resoluciones: 1)
2009	2009/25 a 2009/37	13
2010	2010/38 a 2010/49	12
2011	2011/50 a 2011/59	10
2012	2012/60 a 2012/67	8
2013	2013/68 a 2013/82	15 (Informes/Resoluciones: 1)
2014	2014/83 a 2014/100	18 (Informes/Resoluciones: 4)
TOTAL	2005/1 a 2014/100	100 Resoluciones (Informes: 8)



En la gráfica superior se observa un inicio bastante desigual hasta 2009, con dientes de sierra bastante acusados. A partir de ese año, el número de Resoluciones va descendiendo paulatinamente hasta 2012, en que empieza una notable progresión ascendente durante los dos últimos años, hasta duplicar en 2014 el número de Resoluciones emitidas en 2012 (pasando de 8 a 16). Este incremento, a buen seguro, tiene que ver con la labor pedagógica y publicitaria que tanto la Comisión como la FAPE están realizando desde hace tiempo para dar a conocer la existencia del órgano autorregulador dentro de la propia profesión periodística y de la opinión pública en general. No cabe duda que, a medida que se conocen las ventajas de la autorregulación, más usuarios acuden al arbitraje de la Comisión.

12.2. Demandantes: tipología de quien presenta la queja

Una vez conocido el número de Resoluciones emitidas, es importante saber quiénes presentan las quejas. Destacar que la Comisión nunca ha actuado de oficio, salvo para la redacción de Informes, lo que significa que todas las Resoluciones vienen motivadas por la presentación de una queja que puede presentar cualquier persona física o jurídica que se sienta “afectada” por la actividad periodística y que no cumpla las normas del Código

Deontológico²¹³. No obstante, las demandas o quejas pueden ser suscritas por uno o varios demandantes, de ahí que su número sea mayor que el de las Resoluciones.

Para su clasificación, hemos creado varios grupos donde están incluidos el total de demandantes/solicitantes, según su tipología y perfil. En la tabla siguiente (tabla n° 2) los hemos ordenado en función del número de demandas presentadas por cada uno de ellos.

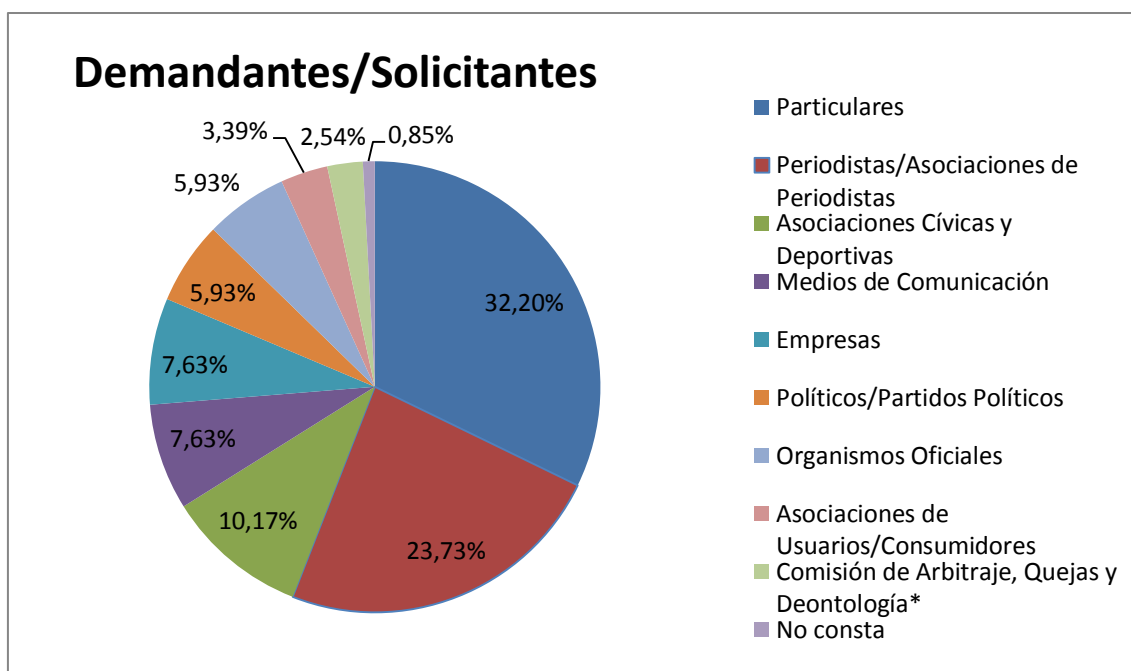
Tabla n° 2

Demandantes/solicitantes	Número	%
Particulares	38	32,20%
Periodistas/Asociaciones de Periodistas	28	23,73%
Asociaciones Cívicas y Deportivas	12	10,17%
Medios de Comunicación	9	7,63%
Empresas	9	7,63%
Políticos/Partidos Políticos	7	5,93%
Organismos Oficiales	7	5,93%
Asociaciones de Usuarios/Consumidores	4	3,39%
Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología*	3	2,54%
No consta	1	0,85%
TOTAL	118	100,00 %

* Corresponden a Informes/Resoluciones promovidos por la propia Comisión.

En la siguiente gráfica podemos observar el reparto porcentual de cada grupo de demandantes/solicitantes diferenciados colores. Entre los que más demandas han presentado, destaca el grupo de “Particulares” (32,20%), seguido del de “Periodistas/Asociaciones de Periodistas”, (23,73%), y, a algo más de distancia, el de “Asociaciones Cívicas y Deportivas (10,17%).

²¹³ El art. 9.1 del Reglamento dice así: “Cualquier persona natural o jurídica afectada por una actividad periodística que, en su opinión, no cumpla las normas del Código Deontológico, podrá solicitar la apertura de expediente ante la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo”.



El hecho de que los grupos correspondientes a “Particulares”, “Periodistas/Asociaciones de Periodistas” y “Asociaciones Cívicas y Deportivas” sean los que más quejas presentan (el 66,10% del total) es un buen síntoma para la autorregulación, señal de que la ciudadanía se preocupa por conseguir unos medios más éticos y honestos con la actividad que llevan a cabo, tan importante para las sociedades democráticas. En cambio, no sucede lo mismo con las “Asociaciones de Usuarios y Consumidores”, su escasa presencia (tan solo el 3,39%) está muy por debajo de lo que cabría esperar de ellas, órganos sustanciales para la vertebración de las audiencias.

Como hemos advertido antes, las quejas pueden ser suscritas por uno o varios demandantes. En la gran mayoría de las ocasiones, cada demanda va firmada por un solo demandante, sin embargo, existen varios casos en que las quejas se han presentado conjuntamente. Así sucede con cuatro demandas del grupo de “Particulares”, que fueron presentadas por dos solicitantes cada una de ellas²¹⁴, y con dos del grupo de “Periodistas/Asociaciones de Periodistas”:

²¹⁴ Se trata de las Resoluciones 2009/33, presentada conjuntamente por Ángel Otero y M^a Cristina Sánchez; 2009/34, copresentada por Esther Cuadrado e Inmaculada Martínez; 2013/82, copresentada por L.R. y U.E. y 2014/84, copresentada por M^a Rosa Meneses y Francisca Díaz.

una, copresentada por 16 periodistas²¹⁵; y la otra, por dos²¹⁶. El resto han sido suscritas individualmente.

En el otro sentido, también puede suceder que un mismo demandante presente varias quejas, bien porque los motivos sean distintos o porque, aun siendo similares, la demanda vaya contra medios diferentes. Es el caso de varias demandas del grupo de “Particulares”²¹⁷, de “Asociaciones Cívicas y Deportivas”²¹⁸ y “Empresas”²¹⁹.

Por último, por su interés y curiosidad, seguidamente detallamos quiénes conforman algunos de los grupos de Demandantes/Solicitantes que aparecen en la tabla, así como el número de veces que han presentado alguna demanda o queja:

- **Asociaciones de Periodistas:**

- FAPE
- Asociación de la Prensa de La Coruña
- Asociación de la Prensa de Santiago de Compostela
- Asociación de la Prensa de Madrid
- Asociación de la Prensa de La Rioja
- Federación de Asociaciones de Periodistas de Castilla-La Mancha
- Colegio de Periodistas de Andalucía
- Colegio de Periodistas de Murcia

- **Asociaciones Cívicas:**

- OtakUAB
- Unión Profesional de Guardias Civiles
- Globalízate (en 3 ocasiones)

²¹⁵ Resolución 2010/49, suscrita por Eva Santos y 15 periodistas más.

²¹⁶ Resolución 2011/56, firmada por Ignacio Escolar y María Maicas.

²¹⁷ Resoluciones 2007/10 y 2007/11, presentadas por M^a Consuelo Alcalá Rubio; Resoluciones 2007/15, 2007/16 y 2007/17, presentadas por Antoni F. L. y Resoluciones 2009/34 y 2009/35, presentadas por Esther Cuadrado.

²¹⁸ Resoluciones 2010/39, 2010/40 y 2010/41, presentadas por la Asociación Globalízate y Resoluciones 2009/27 y 2009/29, presentadas por el Real Madrid.

²¹⁹ Resoluciones 2014/90 y 2014/91 presentadas por el Complejo Hospitalario de Toledo.

- Asociación Española de Pediatría
- GENERA
- Transexuales de Andalucía
- Feministas Conas Ceives
- Son Nuestros Hijos
- Real Madrid (en 2 ocasiones)

- **Medios de Comunicación:**
 - Agencia EFE (en 4 ocasiones)²²⁰
 - Radiotelevisión Española²²¹
 - Antena 3²²²
 - Telemadrid (en 3 ocasiones)²²³

- **Organismos Oficiales:**
 - Audiencia Nacional
 - Defensor del Menor de Madrid
 - Embajada de Colombia
 - Agencia Tributaria
 - Ayuntamiento de Nules
 - Casa de S.M. el Rey
 - Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha

- **Asociaciones de Usuarios/Consumidores:**
 - Asociación de Usuarios de la Comunicación (en 2 ocasiones)
 - Observatorio de Contenidos Televisivos y Audiovisuales
 - FACUA-Consumidores en Acción

²²⁰ De las cuatro Resoluciones presentadas por la Agencia EFE, tres (2007/18, 2009/36 y 2009/37) son promovidas por su Consejo de Redacción y una (2010/44) por el Presidente y la Directora General de la agencia.

²²¹ Resolución 2009/19), promovida por el Presidente de la Corporación RTVE.

²²² Resolución 2009/20, promovida por su Consejero Delegado.

²²³ De las tres presentadas por Telemadrid, una (2005/3) la firma el Director General del Ente Público RTM y dos (2008/22 y 2011/57) por el Comité de Empresa.

- **Partidos Políticos:**
 - Ciutadans
 - Partido Popular

12.3. Medios de comunicación demandados

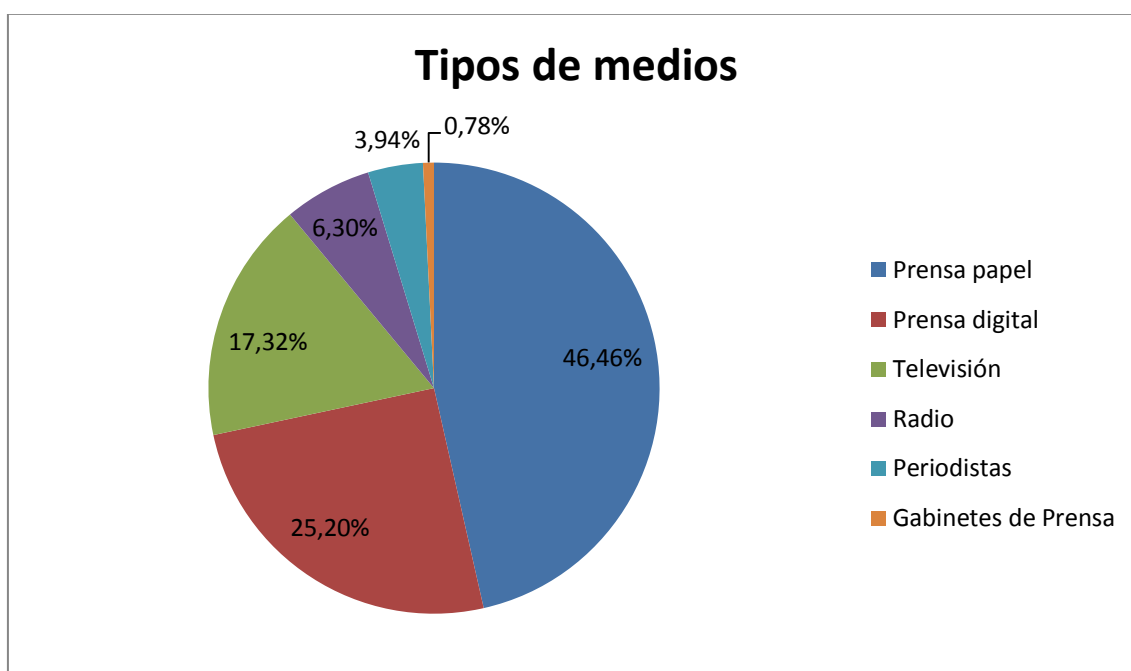
En este apartado vamos a clasificar los distintos tipos de medios donde se han producido las infracciones denunciadas. Advertir que, aunque la mayor parte de las quejas van dirigidas a medios de comunicación, en ocasiones también se nombra al periodista autor de la noticia o comentario motivo de demanda. En esos casos, el criterio que hemos seguido es el de atribuírselo al medio y no al profesional, puesto que lo que interesa saber es en qué tipo medios se cometen las infracciones deontológicas. Sólo cuando la queja vaya dirigida exclusivamente a un periodista por alguna cuestión concreta, se le contabilizará a él y no al medio. Por otra parte, recordar que una misma demanda puede recoger la queja sobre uno o varios medios.

En la tabla de la página siguiente (tabla nº 3) aparecen los tipos de medios de comunicación en función del soporte en el que operan. A la clásica diferenciación entre prensa, radio y televisión, hemos incorporado un grupo dedicado a periodistas y otro a gabinetes de prensa. También hemos querido diferenciar la prensa de papel de la digital, puesto que los consideramos dos soportes informativos distintos, dadas las peculiaridades específicas de trabajo y edición existentes entre unos y otros²²⁴.

²²⁴ Sobre las peculiaridades específicas de la prensa digital es interesante el trabajo de Suárez Villegas (2015), así como el reportaje “Prensa digital. Elconfidencial.com, en el podio de la prensa más leída” publicado en *Periodistas*, nº 36, otoño 2014 (p.16-18)

Tabla n° 3

Tipos de Medios de Comunicación	Quejas	%
Prensa papel	59	46,46%
Prensa digital	32	25,20%
Televisión	22	17,32%
Radio	8	6,30%
Periodistas	5	3,94%
Gabinetes de Prensa	1	0,78%
TOTAL	127	100,00 %



Los datos no dejan lugar a dudas, los medios que más quejas reciben son la prensa de papel (46,46%), la digital (25,20%), la televisión (17,32%) y la radio (6,30%); y los que menos, los periodistas (3,94%) y los gabinetes de prensa (0,78%).

Sin embargo, como no todas las quejas son estimadas como infractoras por la Comisión, hemos creído conveniente crear unas tablas comparativas con valores absolutos y porcentuales para establecer la diferencia entre las quejas presentadas y las que han sido estimadas.

En la tabla siguiente (tabla n° 4) se observan estas diferencias, según el tipo de medio.

Tabla n° 4

Tipos de Medios de Comunicación	Quejas presentadas	Quejas estimadas	Diferencia %
Prensa papel	59	31	52,54%
Prensa digital	32	16	50,00%
Televisión	22	12	54,55%
Radio	8	4	50,00 %
Periodistas	5	1	20,00 %
Gabinetes de Prensa	1	0	0 %
TOTAL	127	64	50,39 %

12.3.1 Prensa de papel

Según los datos de la tabla anterior (tabla n° 4), de las 127 quejas presentadas, la prensa de papel es el medio de comunicación que más quejas recibe (un total de 59) y que mayor número de ellas son estimadas como infractoras (31). Aunque el porcentaje de estimadas se reduce a casi la mitad de las presentadas, los diarios, posiblemente porque perpetúan más sus contenidos que cualquier otro medio, son quienes lideran el ranking de quejas del conjunto mediático.

A continuación, vamos a presentar una tabla (tabla n° 5) para diferenciar los distintos medios que hemos englobado en el grupo “Prensa papel”, así como su ámbito de tirada.

Tabla n° 5

Tipos de prensa papel	Quejas presentadas	Quejas estimadas	Diferencia %
Periódicos tirada nacional	25	8	32,00%
Periódicos tirada local/autonómica	29	20	68,97%
Revistas	4	2	50,00%
Periódicos extranjeros *	1	1	100,00%
TOTAL	59	32	54,24%

* Se trata del periódico británico *The Oliver Press*

12.3.1.1 Periódicos de tirada nacional

En la tabla siguiente (tabla n° 6) hemos clasificado los periódicos de tirada nacional ordenados por el número de quejas presentadas; sin embargo, como no todas son consideradas por la Comisión, el orden, según las quejas estimadas, varía respecto al de quejas presentadas.

Tabla n° 6

Periódicos tirada nacional	Quejas presentadas	Quejas estimadas
<i>El Mundo</i>	7	2
<i>El País</i>	5	1
<i>La Razón</i>	4	2
<i>La Gaceta</i>	3	1
<i>20 Minutos</i>	2	1
<i>Qué</i>	2	0
<i>Público</i>	1	1
<i>Negocio</i>	1	0
TOTAL	25	8

A pesar de que *El Mundo* o *El País* tienen 7 y 5 quejas respectivamente, en tan solo 2 (*El Mundo*) y 1 (*El País*) ocasiones han incumplido las normas deontológicas de la profesión. Lo que significa, en términos porcentuales, que sólomente han sido estimadas el 28,5% de las quejas presentadas a *El Mundo* y el 20% a *El País*. Sin embargo, *La Razón* ese porcentaje lo eleva al 50%, aunque tanto en este caso como en el resto de periódicos que le siguen, al tener una cifra tan reducida de quejas presentadas, los porcentajes en cuanto a las estimadas siempre son más elevados y, por consiguiente, más alarmantes.

12.3.1.2 Periódicos de tirada local/autonómica

A continuación presentamos una relación (tabla nº7) de los periódicos de ámbito local o autonómico, agrupados por comunidades autónomas, en la que se recoge tanto el número de quejas presentadas como el de estimadas.

Tabla nº 7

Periódicos tirada local/autonómica	Quejas presentadas	Quejas estimadas
<i>El País-Andalucía</i>	1	1
<i>Andalucía Información</i>	1	1
<i>La Voz de Almería</i>	1	0
<i>Ideal de Almería</i>	1	1
<i>Málaga Hoy</i>	1	1
<i>La Opinión de Málaga</i>	1	1
<i>Diario de Córdoba</i>	1	1
<i>Ideal de Granada</i>	1	1
<i>20 Minutos-Madrid</i>	1	0
<i>Metro-Madrid</i>	1	0
<i>Ahora Leganés (Leganés, Madrid)</i>	1	1
<i>Al cabo de la calle (Leganés, Madrid)</i>	1	1
<i>Boletín Tricantino (Tres Cantos, Madrid)</i>	1	1
<i>El Correo Gallego</i>	2	1
<i>La Opinión de Coruña</i>	1	1
<i>Depor Sport (Coruña)</i>	1	1
<i>La Voz de Galicia</i>	1	0
<i>La Vanguardia</i>	1	1
<i>El Periódico de Catalunya</i>	1	0
<i>El Comercio de Gijón</i>	1	1
<i>La Nueva España (Asturias)</i>	1	0
<i>Heraldo de Aragón</i>	1	0
<i>Noticias de Navarra</i>	1	0
<i>La Voz del Tajo (Toledo)</i>	1	1

Periódicos tirada local/autonómica	Quejas presentadas	Quejas estimadas
<i>Diario de Mallorca</i>	1	1
<i>Hoy de Extremadura</i>	1	1
<i>Levante</i> (Valencia)	1	1
<i>Crónica de Oliva</i> (Oliva, Valencia)	1	1
TOTAL	29	20

Si tenemos en cuenta las medias porcentuales de las quejas estimadas de los dos grupos de periódicos, mientras que en el caso de los diarios de tirada nacional la media de quejas estimadas por la Comisión es del 32% (8 sobre 25 presentadas), en el de ámbito local o autonómico se eleva al 68,96% (20 sobre 29 presentadas)

12.3.1.3 Revistas

En la tabla siguiente (tabla nº 8) relacionamos las cabeceras de las revistas que han sido motivo de queja.

Tabla nº 8

Revistas	Quejas presentadas	Quejas estimadas
<i>Brazt</i>	1	1
<i>Diez minutos</i>	1	0
<i>Escaparate de Sevilla</i>	1	0
<i>El Cultural</i>	1	1
TOTAL	4	2

Como se puede comprobar, el número de revistas motivo de demanda es muy reducido si lo comparamos con el de los periódicos. No obstante, el hecho de que aparezcan pocas veces no quiere decir que este tipo de prensa cumpla más con los criterios éticos que los diarios, sino que la mayoría de afectados por las revistas prefieren acudir a la vía judicial antes que a la deontológica. Es de sobra conocida la cantidad de casos de famosos o

personajes populares que acuden a los Tribunales de Justicia como consecuencia de la publicación de reportajes o noticias en las llamadas “revistas del corazón”.

12.3.2 Prensa digital

El otro tipo de prensa que hemos querido diferenciar es la que opera en Internet. Dadas sus características específicas y su cada vez mayor presencia en la oferta mediática, los digitales son medios de comunicación que se presentan con una personalidad propia y distinta a los de soporte en papel.²²⁵ Sus contenidos son más inmediatos y cambiantes, más dinámicos y ágiles. En definitiva, como algunos profesionales sostienen, tienen la prontitud de la radio y la profundidad de la prensa (incluso, también disponen de imágenes de vídeo). Sin embargo, esa rapidez de la información y la variedad de recursos gráficos con los que trabaja, también conlleva unos riesgos a la hora de ejercer el periodismo y que, a tenor de los datos extraídos, se constata en las quejas que el público presenta ante la Comisión. Como la prensa digital es un fenómeno comunicativo que va en aumento, y que en los próximos años posiblemente sea el medio hegemónico, es conveniente analizarla separada del resto²²⁶.

A pesar de que todos los periódicos en papel tienen su edición digital, sólo se han contabilizado los que operan exclusivamente en la Red o cuando en la queja se advierte específicamente que la reclamación va dirigida a la edición digital de un diario impreso.

²²⁵ Sobre la prensa digital y sus diferencias con la de papel, es recomendable el trabajo publicado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) en octubre de 2011, “La prensa: digital vs papel”, recuperado el 16 de marzo de 2015 en <http://www.aimc.es/-La-Prensa-Digital-vs-Papel-.html>

²²⁶ Según se desprende de los datos ofrecidos por el medidor de audiencias en Internet, ComScore, anualmente el promedio de visitantes de los diarios digitales va creciendo notablemente tanto en visitantes como en minutos de permanencia. Disponible en <http://www.comscore.com/esl/Panorama-Digital>

En la tabla siguiente (tabla nº9) se recogen los digitales con el número de quejas presentadas, así como las que han sido estimadas por parte de la Comisión.

Tabla nº 9

Prensa digital	Quejas presentadas	Quejas estimadas
<i>Periodistadigital.com</i>	3	2
<i>Larazón.es</i>	2	1
<i>20minutos.es</i>	2	1
<i>Libertaddigital.com</i>	2	0
<i>Elconfidencial.com</i>	1	1
<i>Alertadigital.com</i>	1	1
<i>Extraconfidencial.com</i>	1	1
<i>Laplana.es</i>	1	1
<i>Lavozlibre.com</i>	1	1
<i>Eleconomista.com</i>	1	1
<i>Qué es (paganoticias.es)</i>	1	1
<i>Noticias.com</i>	1	1
<i>Elcultural.es</i>	1	1
<i>Cronicadelasafor.com</i>	1	1
<i>Canalsur.com *</i>	1	1
<i>Efe.com *</i>	1	1
<i>Elmundo.es</i>	1	0
<i>Intereconomía.com</i>	1	0
<i>Elsemanaldigital.com</i>	1	0
<i>Fuerteventuradigital.com</i>	1	0
<i>Hispanidad.com</i>	1	0
<i>Kaosenlared.com</i>	1	0
<i>Lainformación.com</i>	1	0
<i>Diarionegocio.es</i>	1	0
<i>Distrito21.com</i>	1	0
<i>Terra.es</i>	1	0
<i>Surdigit@l</i>	1	0
TOTAL	32	16

* A pesar de que Canalsur.com y Efe.com no son periódicos estrictamente, por su formato digital y la forma de presentar sus contenidos, los hemos incluido en el grupo de “Prensa digital”.

Si en el caso de la prensa de papel, las quejas estimadas suponen el 52,54% del total de las presentadas, en la digital son el 50,00%, un 2,54%

menos respecto a los diarios tradicionales. Sin embargo, la proliferación de este tipo de medios, así como su consumo cada vez mayor por parte del público, hace que las quejas aumenten en la misma proporción que su implantación en el mercado mediático. No es de extrañar, pues, que dentro de pocos años la prensa digital supere en el número de quejas a la de papel. Las prisas por subir una noticia a la Red juegan en contra de la serenidad y reflexión que los periodistas deben procurar antes de publicar una información²²⁷. Y es la excusa que muchos profesionales alegan cuando la Comisión les da traslado de la existencia de una queja sobre su trabajo²²⁸.

12.3.3 Televisión

La televisión es el tercer medio de comunicación en recibir más quejas por parte de los demandantes, a gran distancia de la prensa papel y digital. Sus quejas alcanzan el 17,32% del total, frente al 46,46% de los papel y el 25,20% de los digitales. Sin embargo, se halla a bastante distancia de la radio, siguiente en la tabla, en concreto un 11,02% más (la radio recoge el 6,30% del total de quejas presentadas, frente al 17,32% de la tele). Otra cuestión que también es conveniente destacar es que más de la mitad de las quejas (un 54,55%) son estimadas por la Comisión como infractoras, lo que significa que, haciendo una lectura positiva, el 45,45% de las reclamaciones son desestimadas.

²²⁷ La rapidez del tratamiento y difusión de la información *online*, su actualización constante y la dificultad para realizar la verificación y el seguimiento de algunas informaciones son percibidos por parte de los periodistas de los medios digitales como condicionantes que dificultan la gestión responsable de la profesión. Es más, “la mitad de los encuestados (49,8%) considera que las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) están influyendo en el comportamiento ético de los periodistas” (Suárez, 2015).

²²⁸ Según advierte Juan Luis Cebrián en el seminario “Retos éticos del periodismo en la era digital” celebrado en marzo de 2015 en la Universidad Complutense de Madrid y organizado por la FAPE, el Colegio de Periodistas de Cataluña y el *Consell de la Informació*, “estamos ante un cambio global de la comunicación, mayor que el que trajo consigo la imprenta y similar al que aportó la alfabetización, un cambio mucho más rápido y con consecuencias más severas, que ha acarreado una crisis enormemente seria del periodismo de calidad, tan seria que puede acabar con él”. Algunas de las conclusiones de este seminario se pueden consultar en la web de la FAPE, en concreto en <http://fape.es/cebrian-advierte-que-la-supervivencia-del-periodismo-de-calidad-esta-en-riesgo/>

Seguidamente presentamos una tabla (tabla nº 10) con las cadenas de televisión que han sido demandadas, con sus correspondientes totales de quejas presentadas y estimadas.

Tabla nº 10

Televisiones	Quejas presentadas	Quejas estimadas
Telemadrid	5	1
Cuatro	3	3
La Sexta	3	2
Telecinco	3	1
Antena 3	3	1
Intereconomía TV	2	1
7RM (TV Región de Murcia)	1	1
TV Castilla-La Mancha	1	1
Canal Mundo TV	1	1
TOTAL	22	12

Como se desprende, todas las cadenas de televisión demandadas han sido, en mayor o menor medida, condenadas por vulneración deontológica. Destaca el caso de Cuatro, que de las tres quejas denunciadas, todas han sido estimadas por la Comisión. En el lado contrario encontramos a Telemadrid, a quien le han presentado hasta cinco quejas, de las cuales sólo una ha sido estimada. Finalmente, destacar que de las nueve televisiones infractoras, tres (un 33,33% del total) son de titularidad pública: Telemadrid, 7RM y TV Castilla-La Mancha. Las tres cadenas públicas concentran un total de 7 quejas, es decir un tercio del total; en cambio, en cuanto a las quejas estimadas su número se reduce a 3 (un 25,00% del total de las televisiones).

12.3.4 Radio

El grupo de las radios es el que menos quejas ha recibido por parte de las audiencias, tan sólo 8 quejas, el 6,30% del total de las presentadas durante todos estos años. A pesar de ello, el 50% han sido estimadas por la Comisión

al encontrar conductas infractoras. A continuación (tabla nº 11) desglosamos el número de quejas presentadas y estimadas de las cadenas radiofónicas.

Tabla nº 11

Radios	Quejas presentadas	Quejas estimadas
Cadena COPE	4	3
Onda Cero	2	1
Cadena SER	1	0
Radio Intereconomía	1	0
TOTAL	8	4

Entre las radios denunciadas no existe ninguna de titularidad pública, al contrario de lo que sucede con las televisiones. Sobre las quejas estimadas como infractoras a la Cadena COPE, dos son por comentarios ofensivos de Federico Jiménez Losantos en su programa “La mañana de Cope”, y la otra por informaciones falsas de José Antonio Abellán en el deportivo “El tirachinas”. En cuanto a la de Onda Cero, la queja estimada es para el director territorial de Baleares por obligar a una redactora a revelar sus fuentes de información.

12.4. Demandas: tipología de las quejas

Como hemos avanzado más arriba, las quejas las puede presentar cualquier persona física o jurídica afectada por una actividad periodística que estime que incumple las normas recogidas en el Código Deontológico de la FAPE, según viene determinado en el art. 9.1 del Reglamento de la Comisión. Lo habitual es que cada queja venga suscrita por un solo demandante o solicitante y se haga sobre un medio o periodista concreto. No obstante, algunas de ellas han sido presentadas por más de una persona, e incluso existen casos en que la demanda se ha formulado contra varios medios.

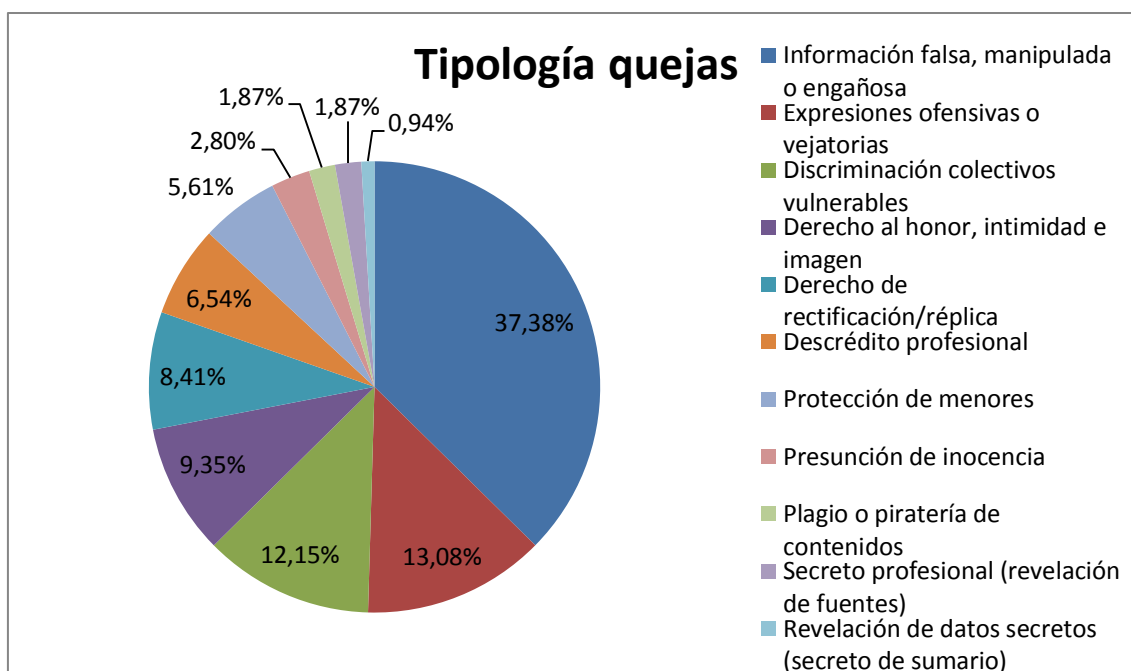
En la tabla siguiente (tabla nº 12) vamos a conocer los motivos por los que se presentan las quejas. Para ello, como en la práctica son muy diversos y no siempre se invoca con concreción la causa de la demanda, hemos establecido unos criterios, en sintonía con los preceptos del Código Deontológico de la FAPE, agrupados según la siguiente tipología.

Tabla nº 12

Tipología de las Quejas	Número	%
Información falsa, manipulada o engañosa	40	37,38%
Expresiones ofensivas o vejatorias	14	13,08%
Discriminación colectivos vulnerables	13	12,15%
Derecho al honor, intimidad e imagen	10	9,35%
Derecho de rectificación/réplica	9	8,41%
Descrédito profesional a terceros ²²⁹	7	6,54%
Protección de menores	6	5,61%
Presunción de inocencia	3	2,80%
Plagio o piratería de contenidos	2	1,87%
Secreto profesional (revelación de fuentes)	2	1,87%
Revelación de datos secretos (secreto de sumario)	1	0,94%
TOTAL	107²³⁰	100,00%

²²⁹ El descrédito profesional a terceros se refiere cuando el contenido de una información desacredita a un afectado en su ámbito profesional.

²³⁰ Una demanda puede recoger varios tipos de quejas, de ahí que el número de quejas sea superior al de Resoluciones.



Según los datos de la gráfica superior, las quejas que más se denuncian son las referentes a la información no veraz, que puede venir determinada por falsedad, manipulación o engaño, con un 37,38% del total. A gran distancia encontramos las que tienen que ver con comentarios o expresiones ofensivas o vejatorias en general, con un 13,08%, así como las que se refieren a colectivos de personas vulnerables o discriminados (en este grupo se encontraría también el colectivo inmigrante), que suponen el 12,15%.

Las que tienen que ver con los derechos fundamentales de las personas: honor, intimidad e imagen, representan el 9,35%, y las que tienen que ver con no respetar el derecho a rectificar o replicar la información publicada o, en su caso, por no tener en cuenta la versión del afectado, son el 8,41% del cómputo total.

Las quejas que afectan al descrédito profesional a terceros, suponen el 6,54%, y las referidas a la especial protección que los medios de comunicación han de tener con los menores de edad, el 5,61%; finalmente, a gran distancia, encontramos las que tienen que ver con el incumplimiento de la presunción de inocencia (2,80%), el plagio de contenidos audiovisuales (1,87%), la

revelación del secreto profesional (1,87%), así como la publicación de información considerada secreto de sumario (0,94%).

12.5. Acuerdos: estimatorios/desestimatorios

Los acuerdos tomados por la Comisión en cada una de las Resoluciones los hemos clasificado como Estimatorios, cuando existe vulneración deontológica del medio o periodista demandado, o Desestimatorios, cuando la Comisión no aprecia infracción o no se pronuncia sobre el fondo de la queja por existir algún motivo que le impida tomar acuerdo. En el caso de los Informes/Resoluciones, estos no llevan acuerdo.

En la siguiente tabla (tabla nº 13) aparecen cuantificados los tipos de acuerdos tomados por la Comisión.

Tabla nº 13

Tipos de acuerdo	Número	%
Estimatorios (vulneración del Código Deontológico)	51	49,04%
Desestimatorios	46	44,23%
No procede acuerdo	7 *	6,73%
TOTAL	104²³¹	100,00%

* Coinciden con los Informes/Resoluciones, que no llevan acuerdos, salvo el 2007/12, cuyo acuerdo es estimatorio.

Significar que los estimatorios suponen casi la mitad de los acuerdos adoptados por la Comisión, con un 49,04%, casi cinco puntos más (4,81%) que los desestimados, que suponen el 44,23%.

²³¹ Si tenemos en cuenta que el total de resoluciones emitidas es de 100, existen 4 (las Resoluciones 2006/7, 2009/28, 2011/52 y 2011/53) en que aparecen dobles acuerdos: estimatorios y desestimatorios. Se trata de Resoluciones cuyas quejas han ido dirigidas a más de un medio y con acuerdos distintos para cada uno de ellos. De ahí que el total de los acuerdos tomados sea de 104.

En la tabla siguiente (tabla n° 14), en la que hemos exceptuados la casilla de los que “no procede acuerdo”, se observa cómo los porcentajes se elevan en comparación con la tabla anterior (tabla n° 13), donde también se contabilizan los referidos a los Informes/Resoluciones.

Tabla n° 14

Tipos de acuerdo	Número	%
Estimatorios (vulneración del Código Deontológico)	51	52,58%
Desestimatorios	46	47,42%
TOTAL	97	100,00%

En este caso, los estimatorios alcanzan el 52,58% de los acuerdos adoptados por la Comisión, es decir 5,16 puntos más que los desestimados, que representan el 47,42%.

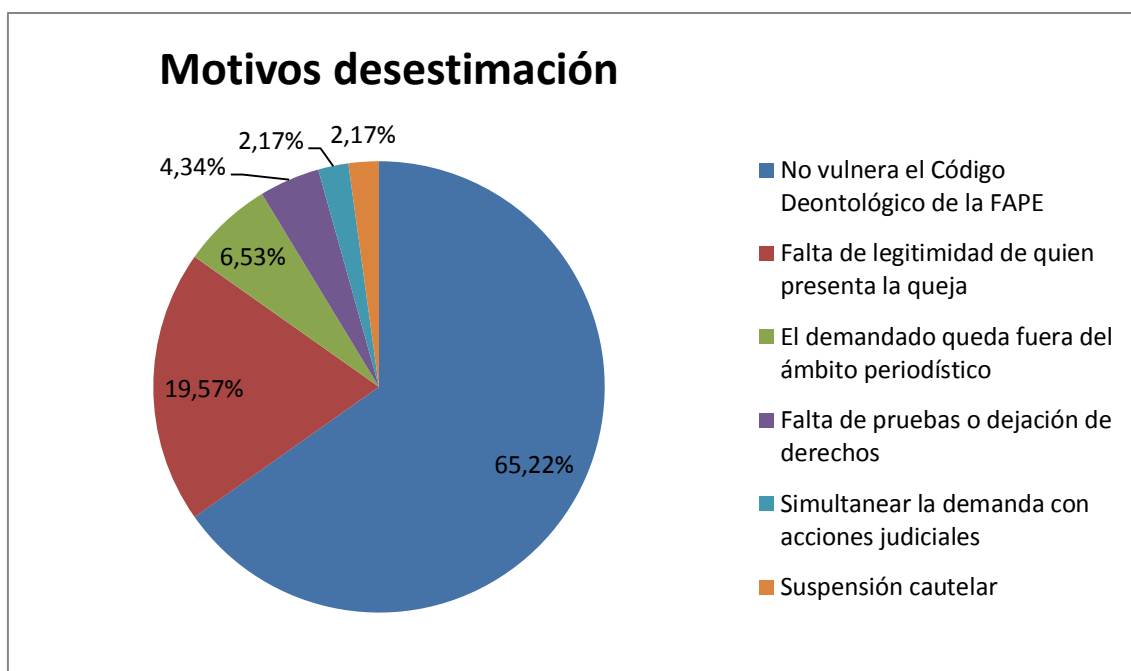
Una vez cuantificados los acuerdos, es importante establecer una relación con los criterios invocados por la Comisión a la hora de estimar o desestimar las demandas.

12.5.1. Motivos de la desestimación

A continuación (tabla n° 15), hemos seleccionados los diferentes motivos aludidos por la Comisión para desestimar las quejas presentadas.

Tabla n° 15

Motivos de la desestimación	Número	%
No vulnera el Código Deontológico de la FAPE	30	65,22 %
Falta de legitimidad de quien presenta la queja	9	19,57 %
El demandado queda fuera del ámbito periodístico	3	6,53 %
Falta de pruebas o dejación de derechos	2	4,34 %
Simultanear la demanda con acciones judiciales	1	2,17 %
Suspensión cautelar	1	2,17 %
TOTAL	46	100,00 %



Tal como se aprecia en la gráfica superior, en la mayoría de los casos, el motivo de la desestimación no es otro que el de la inexistencia de infracción deontológica, lo que quiere decir que no todas las quejas llevan razón. De los 46 acuerdos desestimatorios tomados por la Comisión, las 30 desestimaciones por no vulnerar el Código Deontológico suponen el 65,22% del total.

El segundo motivo es la falta de legitimidad de quien presenta la queja. Este supuesto ha significado que 9 demandas (el 19,57%) no hayan podido ser analizadas al no cumplir el solicitante el requisito de ser parte afectada y, por tanto, la Comisión no pudo admitirlas a trámite. Esto supuso, incluso, que algún ponente propusiera la posibilidad de modificar el Reglamento con el fin de evitar que infracciones deontológicas flagrantes dejaran de ser dictaminadas como tal por la Comisión. Y en ese sentido, en la modificación del nuevo Reglamento, aprobado el 29 de noviembre de 2013, se introdujo un nuevo punto que faculta a la Comisión poder admitir a trámite las quejas que, aun siendo formuladas por quien no esté directamente afectado, trate de supuestos de alarma o escándalo social²³². Sin embargo, esta modificación no significa que la falta de legitimidad haya dejado de ser motivo para inadmitir a trámite

²³² El art. 9.3 del Reglamento dice así: “Excepcionalmente la Comisión Arbitral podrá admitir a trámite las quejas que, aun siendo formuladas por quien no esté directamente afectado, trate de supuestos de alarma o escándalo social. En la resolución habrán de razonarse los motivos que fundamentan la admisión”.

las demandas, más bien lo deja al arbitrio y decisión de la Comisión y de su consideración respecto a si la infracción produce “alarma o escándalo social”.

El tercer motivo, el referido a que el demandado queda fuera del ámbito periodístico, supone el 6,53% del total. De las tres quejas que la Comisión desestimó por esta razón, dos corresponden a periodistas que alegaron no actuar como tal, sino en su condición de escritores, es el caso de Rafael Argullol y de Pilar Urbano²³³; y el tercero es sobre el programa de Jordi Évole, “Operación Palace”, emitido por la Sexta el 23 de febrero de 2014²³⁴. En este último caso la Comisión argumentó que ese tipo de programas quedan fuera del ámbito del periodismo y, por tanto, no debía someterse a sus principios deontológicos, puesto que “se trata de una pieza que corresponde al género de reportaje-ficción o *fake*, que anida más allá del territorio del periodismo, aunque esté elaborado por periodistas”.

El resto de motivos son: la falta de pruebas o dejación de derechos²³⁵ (4,34%) o haber acudido con anterioridad a instancias judiciales sobre la misma cuestión (2,17%). También existe una suspensión cautelar. Es el caso de un solicitante que con posterioridad acudió también al órgano judicial. Ante esta situación, la Comisión resolvió esperar a que la instancia judicial se pronunciara para evitar una contradicción entre el órgano autorregulador y el judicial. Una vez conocida la sentencia, la Comisión estimó la parte de la demanda que no fue tratada por la Justicia.

12.5.2 Motivos de la estimación. Preceptos deontológicos afectados

Todos los acuerdos considerados estimatorios por la Comisión están avalados por sus correspondientes artículos del Código Deontológico. De la

²³³ Resoluciones 2009/35 y 2009/36 respectivamente.

²³⁴ Resolución 2014/94.

²³⁵ En la Resolución 2007/11, la Ponencia considera que la denunciante no aporta ningún documento o prueba que permita verificar los hechos que denuncia, tal como establece el Reglamento de la Comisión. Y en la Resolución 2008/19, la Comisión considera que el reclamante no ha cumplido con los presupuestos del procedimiento exigidos por la Ley Orgánica 27/1984 (Derecho de réplica). Un caso bastante paradójico si tenemos en cuenta que el fin de la autorregulación es actuar para evitar, en la medida de lo posible, los litigios judiciales.

misma manera que en el apartado anterior hemos representado los motivos por los que se desestiman las demandas, a continuación vamos a conocer cuáles son los artículos infringidos de las resoluciones estimatorias. En la siguiente tabla (tabla nº 16) se ha seguido el orden según la numeración de los artículos en el Código Deontológico.

Tabla nº 16

Artículos vulnerados del Código Deontológico	Núm	%
Art. 1 (Actuar según los principios éticos profesionales)	1	0,87%
Art. 2 (Respeto a la verdad)	20	17,39%
Art. 3 (Difundir con honestidad la información)	5	4,35%
Art. 4 (Respeto a la intimidad e imagen de las personas)	6	5,22%
Art. 4.b (Intromisión innecesaria en asuntos que medie dolor)	2	1,74%
Art. 4.d (Especial protección derechos de los menores)	2	1,74%
Art. 5 (Presunción de inocencia)	4	3,48%
Art. 5.a (Evitar nombrar a familiares y amigos)	1	0,87%
Art. 5.b (Respeto a las víctimas)	1	0,87%
Art. 6 (Especial respeto a las víctimas menores de edad)	3	2,60%
Art. 7 (Protección a los más débiles y discriminados)	6	5,22%
Art. 7.a (Alusiones despectivas sobre raza, sexo, creencias...)	2	1,74%
Art. 7.b (Difundir datos innecesarios de personas vulnerables)	1	0,87%
Art. 7.c (Evitar expresiones lesivas o vejatorias)	7	6,09%
Art. 8 (Derecho del periodista a condiciones dignas de trabajo)	1	0,87%
Art. 10 (Derecho al secreto profesional de los periodistas)	1	0,87%
Art. 13 (No publicar información falsa, engañosa o deformada)	19	16,52 %
Art. 13.a (Deber de contrastar las fuentes)	19	16,52%
Art. 13.b (Derecho de rectificación)	5	4,35%
Art. 13.c (Derecho de réplica)	5	4,35%
Art. 14 (Empleo de métodos lícitos en la información)	1	0,87%
Art. 17 (Distinción entre información y opinión)	3	2,60%
TOTAL	115*	100,00%

* Un mismo acuerdo puede recoger varios artículos infringidos.

A continuación (tabla nº 17) se presentan ordenados según el número de veces invocados en las Resoluciones.

Tabla nº 17

Artículos vulnerados del Código Deontológico	Núm	%
Art. 2 (Respeto a la verdad)	20	17,39%
Art. 13 (No publicar información falsa, engañosa o deformada)	19	16,52%
Art. 13.a (Deber de contrastar las fuentes)	19	16,52%
Art. 7.c (Evitar expresiones lesivas o vejatorias)	7	6,09%
Art. 4 (Respeto a la intimidad e imagen de las personas)	6	5,22%
Art. 7 (Protección a los más débiles y discriminados)	6	5,22%
Art. 3 (Difundir con honestidad la información)	5	4,35%
Art. 13.b (Derecho de rectificación)	5	4,35%
Art. 13.c (Derecho de réplica)	5	4,35%
Art. 5 (Presunción de inocencia)	4	3,48%
Art. 6 (Especial respeto a las víctimas menores de edad)	3	2,60%
Art. 17 (Distinción entre información y opinión)	3	2,60%
Art. 4.b (Intromisión innecesaria en asuntos que medie dolor)	2	1,74%
Art.4.d (Especial protección derechos de los menores)	2	1,74%
Art. 7.a (Alusiones despectivas sobre raza, creencias...)	2	1,74%
Art. 5.a (Evitar nombrar a familiares y amigos)	1	0,87%
Art. 5.b (Respeto a las víctimas)	1	0,87%
Art. 7.b (Difundir datos innecesarios de personas vulnerables)	1	0,87%
Art. 8 (Derecho del periodista a condiciones dignas de trabajo)	1	0,87%
Art.10 (Derecho al secreto profesional de los periodistas)	1	0,87%
Art.14 (Empleo de métodos lícitos en la información)	1	0,87%
Art. 1 (Actuar según los principios éticos profesionales)	1	0,87%
TOTAL	115	100,00%

Es significativo que el artículo más infringido sea el del respeto a la verdad (art. 2), cuando éste ha de ser el principio más sagrado de cualquier profesional del periodismo. Pero además, si tenemos en cuenta que los siguientes artículos menos respetados son el referente a la publicación de información falsa, engañosa o deformada (art. 13), o el que tiene que ver con el deber de contrastar las fuentes y recoger la propia la versión de los hechos

del afectado (art.13.a), e incluso, aunque algo más distanciado, el que habla de la honestidad del periodista en la difusión de la información (art. 3), la suma de estos cuatro preceptos incumplidos, vinculados con la veracidad de los contenidos, superan ampliamente la mitad de las quejas estimadas, concretamente el 54,78%.

A gran distancia le sigue el bloque de los relacionados directamente con los derechos de las personas: evitar expresiones lesivas o vejatorias (art.7.c), respetar la intimidad e imagen de las personas (art.4), obligación de proteger a los colectivos más débiles y discriminados (art. 7), respeto a la presunción de inocencia (art. 5) o a las víctimas menores de edad (art. 6), especial protección a la infancia y la juventud (art. 4.d), evitar alusiones despectivas sobre la raza, creencias, sexo, origen social, etc. (art.7.a), evitar el nombre de familiares y amigos de personas acusadas o condenadas por algún delito (art. 5.a), evitar la intromisión gratuita y especulaciones innecesarias en momentos de dolor (art. 4.b), así como no difundir datos innecesarios de los más vulnerables (art. 7.b) o respetar a las víctimas, especialmente de delitos contra la libertad sexual (art.5.b). La vulneración de estos artículos supone el 30,44% de los casos.

El resto de preceptos, separados en dos grupos, tienen que ver con los derechos de los periodistas frente a terceros o sus propias empresas: los referidos al secreto profesional de proteger sus fuentes de información (art. 10) o el derecho a trabajar en unas condiciones dignas y retribuidas (art. 8); así como los relacionados con la actuación profesional: la rectificación de errores advertidos en los contenidos (art. 13.b) y facilitar a los afectados su derecho a réplica (art. 13.c), el empleo de métodos dignos y lícitos en la obtención de la información (art.14), la obligación de separar la opinión personal de la información (art.17) y la obligación moral y profesional del periodista a actuar según los principios éticos del Código Deontológico (art.1). Estos supuestos representan el 14,78% de los acuerdos estimatorios.

12.6. Informes/Resoluciones

Desde su creación, la Comisión ha redactado un total de 8 Informes/Resoluciones sobre diversos temas de especial interés en su relación con la actividad periodística y los medios de comunicación. Aunque la Comisión puede actuar de oficio a la hora de elaborar Informes, también lo hace a petición de parte, tanto si es desde el ámbito de la profesión como si se solicita desde fuera.

A continuación presentamos un listado de los Informes/Resoluciones emitidos por la Comisión durante estos años con los temas de que tratan, número, fecha y entidad que lo solicita.

Informe/R.	Tema	Solicitante
2005/1 (2 de Marzo)	El tratamiento informativo en los medios de comunicación respecto de las víctimas del terrorismo.	FAPE
2007/12 (18 Octubre)	La protección de la imagen de los menores.	No consta
2008/24 (Noviembre)	Recomendaciones acerca del tratamiento informativo de las situaciones catastróficas.	Comisión de Quejas
2013/73 (7 de Mayo)	La intervención retribuida de testigos y protagonistas de un proceso judicial en los medios.	Comisión de Quejas
2014/85 (Febrero)	Recomendaciones éticas o deontológicas para el tratamiento periodístico y mediático de las catástrofes.	Asociación Prensa de Madrid
2014/87 (Abril)	Informe-respuesta a la consulta de la Asociación de la Prensa de La Rioja sobre si el convocante de una rueda de prensa puede impedir el acceso a un periodista.	Asociación Prensa de La Rioja
2014/92 (Abril)	Recomendaciones éticas o deontológicas para el tratamiento periodístico y mediático de los menores de edad.	Comisión de Quejas
2014/93 (28 de Mayo)	Vulneración del deber del periodista de no simultanear actividades periodísticas con su aparición en anuncios publicitarios.	Particular

* En algunas Resoluciones no aparece el día del mes y así sucede también con los Informes.

A pesar de que en los Informes/Resoluciones no procede tomar acuerdos, existe un caso en que la Comisión resolvió dictaminar un acuerdo estimatorio. Se trata del 2007/12, sobre *La protección de la imagen de los menores*, en el que se solicita de la Comisión de Quejas y Deontología un pronunciamiento de carácter ético sobre la exhibición en un programa de televisión de la víctima de un secuestro, menor de edad, para hacer una reconstrucción de los hechos. Aunque, curiosamente, no se conoce quién solicita el informe, al no indicarse en la Resolución, el acuerdo estima que la aparición de un menor de edad, víctima de un secuestro, en un programa de televisión para la recreación de los hechos, vulnera los artículos 4.d, 5.b y 6 del Código Deontológico de la FAPE. En el resto de Informes/Resoluciones no aparece ningún acuerdo.

Respecto a la solicitud realizada por la Asociación de la Prensa de La Rioja (Informe/Resolución 2014/87) se trata de una consulta para saber si el convocante de una rueda de prensa, en este caso de un partido político, puede impedir el acceso a un periodista al acto. En este caso, aunque no se trata de un acuerdo, la contestación fue que “los partidos políticos no están obligados a aceptar en sus actos (ruedas de prensa, actos informativos de campañas, etc.) a toda persona que muestre un carnet de periodista”. No obstante, “aunque no es exigible, –recoge el informe- es deseable no limitar el acceso a la información a ningún periodista interesado en recibirla”.

Una cuestión importante de reseñar es que en 2014 se han redactado un total de cuatro Informes/Resoluciones²³⁶, tantos como en los nueve años anteriores, los que van de 2005 a 2013. Este dato constata un aumento de la actividad pedagógica de la Comisión y su compromiso por convertirse en un referente deontológico de la profesión periodística en España.

²³⁶ Se trata de los Informes/Resoluciones: 2014/85, sobre *Recomendaciones éticas o deontológicas para el tratamiento periodístico y mediático de las catástrofes*; 2014/87, *Informe-respuesta a la consulta de la Asociación de la Prensa de La Rioja sobre si el convocante de una rueda de prensa puede impedir el acceso a un periodista*; 2014/92, sobre *Recomendaciones éticas o deontológicas para el tratamiento periodístico y mediático de los menores de edad*; y 2014/93, sobre *la Vulneración del deber del periodista de no simultanear actividades periodísticas con su aparición en anuncios publicitarios*.

12.7. Clasificación de las Resoluciones emitidas (2005/2014)

A continuación, en las páginas siguientes, presentamos unas planillas con los datos más relevantes de las 100 Resoluciones analizadas y emitidas por la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología desde marzo de 2005 a diciembre de 2014.

En ellas, separadas por años, aparece la numeración, el demandante o solicitante de la queja, el medio al que va dirigida, el motivo, y el acuerdo tomado por la Comisión en la Resolución.

Estas tablas son un compendio resumen a modo de avance del análisis cualitativo, que presentamos en el siguiente capítulo, de todas las resoluciones que hemos examinado en esta investigación de campo y que nos ha servido también para completar el resto de datos ofrecidos en el presente capítulo.

CLASIFICACIÓN DE RESOLUCIONES 2005/2014

2005	Demandante	Demandado	Motivo	Acuerdo
1	Periodistas/A.P. (FAPE)	INFORME	Sobre tratamiento víctimas del terrorismo	No procede
2*	Organismos Ofic. (Audien.Nacional)	<i>El Mundo</i>	Revelación datos secretos (secreto de sumario)	Desestima, simultanear la demanda con acciones judiciales
3	Medios de Com. (Telemadrid)	<i>El País</i> Cadena SER	Información falsa, manipulada o engañosa	Desestima, no vulnera el C.D.
4*	Organismos Ofi. (Audien.Nacional)	<i>El Mundo</i>	Revelación datos secretos (secreto de sumario)	Desestima, no vulnera el C.D

* Las Resoluciones 2 y 4 tratan sobre la misma queja.

2006	Demandante	Demandado	Motivo	Acuerdo
5	Periodistas/A.P. (A.P.Coruña)	<i>Deport Sport</i>	Información falsa, manipulada o engañosa	Vulnera arts. 2 y 13.b
6	Particular	8 digitales y 3 papel*	Derecho al honor, intimidad e imagen	Desestima, no vulnera el C.D.
7	A.Usuar./Consum. (A.U. Comun.)	Periodista Telecinco	Información falsa, manipulada o engañosa	Periodista, vulnera art. 2 Telecinco, no vulnera el C.D
8	Empresas	Antena 3	Información falsa, manipulada o engañosa	Vulnera arts. 2, 13 y 13.a

* Digitales: *fuerteventuradigital.com, hispanidad.com, kaosenlared.com, larazón.es, 20munitos.es, elmundo.es, terra.es y surdigit@l*.
Papel: *20 Minutos-Madrid, Metro-Madrid y El Mundo*.

Parte III: Análisis de las Resoluciones

2007	Demandante	Demandado	Motivo	Acuerdo
9	Político/Partidos	<i>La Voz de Almería</i>	Información falsa, manipulada o engañosa	Desestima, no vulnera el C.D.
10*	Particular	Telecinco	Derecho al honor, intimidad e imagen	Desestima, no vulnera el C.D.
11*	Particular	Antena 3	Derecho al honor, intimidad e imagen	Desestima, falta de pruebas o dejación de derechos
12	No consta	INFORME	Sobre aparición de menores en televisión	Vulnera arts. 4.d, 5.b y 6
13	Periodistas/A.P.	<i>Boletín Tricantino</i>	Descrédito profesional a terceros Expresiones ofensivas o vejatorias	Vulnera arts. 7.c y 13.c
14	Otras Asociac. (Asoc. Otak)	<i>Escaparate de Sevilla</i> (revista)	Información falsa, manipulada o engañosa	Desestima, no vulnera el C.D.
15**	Particular	<i>Qué</i>	Discriminación colectivos vulnerables	Desestima, falta de legitimidad
16**	Particular	<i>Qué</i>	Discriminación colectivos vulnerables	Desestima, falta de legitimidad
17**	Particular	<i>20 Minutos</i>	Discriminación colectivos vulnerables	Desestima, falta de legitimidad
18	Medios de Com. (Agencia EFE)	Cadena COPE	Descrédito profesional a terceros Expresiones ofensivas o vejatorias	Vulnera arts. 5 y 7.c

* El solicitante de las Resoluciones 2007/10 y 2007/11 es el mismo.

** El solicitante de las Resoluciones 2007/15, 2007/16 y 2007/17 es el mismo.

Parte III: Análisis de las Resoluciones

2008	Demandante	Demandado	Motivo	Acuerdo
19	Medios de Com. (RTVE)	<i>El País</i>	Descrédito profesional a terceros Derecho de rectificación/réplica	Desestima, falta de pruebas o dejación de derechos
20	Medios de Com. (Antena 3)	<i>Extraconfidencial.com</i>	Información falsa, manipulada o engañosa	Vulnera arts. 2 y 13
21	Otras Asociac. (Asoc. G. Civiles)	<i>La Voz del Tajo</i>	Secreto profesional (Revelación de fuentes)	Vulnera arts. 5 y 7
22	Medios de Com. (Telemadrid)	Telemadrid	Información falsa, manipulada o engañosa	Vulnera arts. 2 y 13
23	Empresa	Telecinco	Información falsa, manipulada o engañosa	Vulnera arts. 13 y 14
24	Comisión de Quejas	INFORME	Sobre el tratamiento de situaciones catastróficas	No procede

Parte III: Análisis de las Resoluciones

2009	Demandante	Demandado	Motivo	Acuerdo
25	Particular	<i>Distrito21.com</i>	Derecho de rectificación/réplica	Desestima, no vulnera el C.D.
26	Organismos Ofi. (Defens. Menor)	<i>Bratz</i> (revista)	Protección de menores	Vulnera art. 4
27	Ent. Deportivas (Real Madrid)	<i>El Mundo</i>	Información falsa, manipulada o engañosa	Vulnera arts. 2, 13 y 13.a
28	Político/Partidos (Ciutadans)	<i>Público</i> <i>El Periódico</i>	Información falsa, manipulada o engañosa	<i>Público</i> : vulnera arts. 2 y 13 <i>El Periódico</i> : no vulnera el C.D.
29	Ent. Deportivas (Real Madrid)	Cadena COPE	Información falsa, manipulada o engañosa	Vulnera arts. 2 y 13
30	Empresa	Periodista	Información falsa, manipulada o engañosa	Desestima, no vulnera el C.D.
31	Particular	Radio Intereconomía	Información falsa, manipulada o engañosa Expresiones ofensivas o vejatorias	Desestima, falta de legitimidad
32*	Particular	Telemadrid	Información falsa, manipulada o engañosa	Desestima, no vulnera el C.D.
33	Particular (2 demandantes)	<i>La Razón</i> <i>larazón.es</i>	Discriminación colectivos vulnerables	Vulnera art. 7
34	Particular (2 demandantes)	Cadena COPE	Discriminación colectivos vulnerables	Desestima, no vulnera el C.D.
35	Particular	<i>El País</i>	Discriminación colectivos vulnerables	Desestima, queda fuera del ámbito periodístico
36	Medios de Com. (Agencia EFE)	Periodista	Expresiones ofensivas o vejatorias	Desestima, queda fuera del ámbito periodístico
37	Medios de Com. (Agencia EFE)	Cadena COPE	Expresiones ofensivas o vejatorias	Vulnera arts. 2, 13.a y 17

* En la Resolución 2009/32 existe voto particular del ponente (Manuel Parés i Maicas)

Parte III: Análisis de las Resoluciones

2010	Demandante	Demandado	Motivo	Acuerdo
38	Empresas	<i>Negocio Diarionegocio.es</i>	Derecho al honor, intimidad e imagen	Desestima, no vulnera el C.D.
39*	Otras Asociac. (Globalízate)	<i>El Mundo</i>	Información falsa, manipulada o engañosa	Desestima, falta de legitimidad
40*	Otras Asociac. (Globalízate)	Telemadrid	Información falsa, manipulada o engañosa	Desestima, falta de legitimidad
41*	Otras Asociac. (Globalízate)	<i>Libertad digital</i>	Información falsa, manipulada o engañosa	Desestima, falta de legitimidad
42**	Particular	Onda Cero	Derecho al honor, intimidad e imagen	Desestima, no vulnera el C.D.
43	A.Usuar./Consum. (OCTA)	Telemadrid	Protección de menores	Desestima, no vulnera el C.D.
44	Medios de Com. (Agencia EFE)	<i>Periodista digital</i>	Información falsa, manipulada o engañosa	Vulnera art.1
45	Particular	<i>La Gaceta</i>	Información falsa, manipulada o engañosa	Desestima, falta de legitimidad
46	Político/Partidos (Part. Popular)	<i>El País</i>	Información falsa, manipulada o engañosa	Vulnera art. 13
47	Particular	Cuatro TV	Discriminación colectivos vulnerables	Vulnera arts. 4.b y 7.c
48	Organismos Ofi. (Emb.Colombia)	Cuatro TV	Protección de menores	Vulnera arts. 4.d y 6
49	Periodistas/A.P. (16 demandantes)	Periodista	Expresiones ofensivas o vejatorias	Desestima, no vulnera el C.D.

* El solicitante de las Resoluciones 2010/39, 2010/40 y 2010/41 es el mismo.

** En la Resolución 2010/42 existe voto particular del ponente (Manuel Parés i Maicas)

Parte III: Análisis de las Resoluciones

2011	Demandante	Demandado	Motivo	Acuerdo
50	Político/Partidos	<i>Ahora Leganés</i>	Información falsa, manipulada o engañosa	Vulnera art. 13.a
51	Particular	<i>Heraldo Aragón</i>	Derecho de rectificación/réplica	Desestima, no vulnera el C.D.
52	A.Usuar./Consum. (FACUA)	<i>La Gaceta</i> Interecono TV	Información falsa, manipulada o engañosa	La Gaceta, vulnera art. 13 Interecon. TV, vulnera art. 3 y 13.a
53	Otras Asociac. (Asoc. Pediatría)	C. MundoTV Antena 3	Información falsa, manipulada o engañosa	Canal Mundo TV, vulnera art. 13 Antena 3, no vulnera el C.D.
54	Político/Partidos	<i>Noticias de Navarra</i>	Expresiones ofensivas o vejatorias	Desestima, no vulnera el C.D.
55	Particular	<i>El Correo Gallego</i>	Derecho al honor, intimidad e imagen	Vulnera arts. 4, 6 y 13
56	Periodistas /A.P. (2 demandantes)	Periodista 4 digitales y 1 papel *	Descrédito profesional a terceros	Desestima, no vulnera el C.D.
57	Medios de Com. (Telemadrid)	Telemadrid	Información falsa, manipulada o engañosa	Desestima, falta de legitimidad
58	Particular	Interecon. TV	Información falsa, manipulada o engañosa	Desestima, no vulnera el C.D.
59	Político/Partidos	<i>Al cabo de la calle</i>	Información falsa, manipulada o engañosa	Vulnera arts. 2, 3, 5, 7.c, 13.a, 13.b, 13.c y 17

* Digitales: *Periodista Digital*, *Libertad Digital*, *Intereconomía.com* y *El Semanal digital*.
Papel: *La Gaceta*.

Parte III: Análisis de las Resoluciones

2012	Demandante	Demandado	Motivo	Acuerdo
60	Organismos Ofi. (Agencia Tributa)	<i>El Mundo</i>	Derecho de rectificación/réplica	Vulnera art. 13.c
61	Otras Asociac. (Asoc. Genera)	<i>20minutos.es</i>	Discriminación colectivos vulnerables	Vulnera art. 7
62	Organismos Ofi. (Ayto. Nules)	<i>Laplana.es</i>	Discriminación colectivos vulnerables Expresiones ofensivas o vejatorias	Vulnera arts. 2, 4, 7.a, 7.c y 13
63	Empresas	<i>La Razón</i>	Información falsa, manipulada o engañosa	Desestimación cautelar
64	Particular	Gabinet.Prensa	Protección de menores	Desestima, no vulnera el C.D.
65	Particular	<i>El Comercio de Gijón</i>	Descrédito profesional a terceros Información falsa, manipulada o engañosa	Vulnera arts. 2, 3, 13 y 13.a
66	Empresa	RTV Murcia	Plagio o piratería de contenidos	Vulnera art. 2
67	Centros Sanitario	<i>Ideal de Almería</i>	Expresiones ofensivas o vejatorias	Vulnera arts. 3, 4 y 13.a

2013	Demandante	Demandado	Motivo	Acuerdo
68	Otras Asociac. (Transexuales)	4 digitales y 8 papel *	Discriminación colectivos vulnerables	Vulnera art. 7
69	Particular	<i>Lainformación.com</i>	Información falsa, manipulada o engañosa	Desestima, no vulnera el C.D.
70	Otras Asociac. (Agru. Feminista)	<i>El Correo Gallego</i>	Presunción de inocencia Derecho al honor, intimidad e imagen	Desestima, no vulnera el C.D.

*Digitales: *Qué es (paganoticias.es)*, *Noticias.com*, *Canalsur.com* y *Efe.com*.

Papel: *El País-Andalucía*, *Andalucía Información*, *Málaga Hoy*, *La Opinión de Málaga*, *La Opinión de Coruña*, *La Vanguardia*, *Diario de Mallorca*, y *20 Minutos*.

Parte III: Análisis de las Resoluciones

2013	Demandante	Demandado	Motivo	Acuerdo
71	Particular	<i>LaVozLibre.com</i>	Descrédito profesional a terceros Expresiones ofensivas o vejatorias	Vulnera arts. 7.c, 13 y 17
72	Particular	<i>Diario de Córdoba</i>	Plagio o piratería de contenidos	Vulnera art. 8
73	Comisión Quejas	INFORME	Intervención retribuida de testigos en TV	No procede
74**	Empresas	<i>La Razón</i>	Información falsa, manipulada o engañosa	Vulnera art. 2
75	Periodistas/A.P. (A.P.Compostela)	<i>La Voz de Galicia</i>	Discriminación colectivos vulnerables	Desestima, no vulnera el C.D.
76	Organismos Ofi. (Casa S.M el Rey)	<i>Elconfidencial.com</i>	Información falsa, manipulada o engañosa	Vulnera arts. 2, 13.a, 13.b y 13.c
77	Particular	<i>Hoy Extremadura</i>	Derecho de rectificación/réplica	Vulnera art. 13.c
78	Periodistas/A.P. (C. P. Andalucía)	<i>Ideal de Granada</i>	Protección de menores	Vulnera art- 4
79	Periodista/A.P.	Onda Cero	Secreto profesional (Revelación de fuentes)	Vulnera art. 10
80	Particular	<i>El País</i>	Derecho de rectificación/réplica	Desestima, no vulnera el C.D.
81	Particular	<i>Eleconomista.com</i>	Información falsa, manipulada o engañosa Derecho de rectificación/réplica	Vulnera arts. 2, 7.c y 13.a
82***	Particular (2 demandantes)	<i>The Olive Press</i>	Información falsa, manipulada o engañosa Protección de menores Derecho de rectificación/réplica	Vulnera arts. 4 y 13

** La Resolución 2013/74 es la continuación de la 2012/63, desestimada de forma cautelar hasta pronunciamiento del órgano judicial.

*** La Resolución 2013/82 trata la queja sobre un periódico británico.

Parte III: Análisis de las Resoluciones

2014	Demandante	Demandado	Motivo	Acuerdo
83	Particular	<i>Levante</i>	Derecho de rectificación/réplica	Vulnera arts. 13.a y 13.b
84	Particular (2 demandantes)	<i>Alerta digital.com</i>	Expresiones ofensivas o vejatorias	Vulnera art. 7
85	Periodistas/A.P. (A.P. Madrid)	INFORME	Tratamiento sobre catástrofes	No procede
86	Otras Asociacio. (Nuestos Hijos)	<i>El Mundo</i>	Información falsa, manipulada o engañosa	Desestima, no vulnera el C.D.
87	Periodistas/A.P. (A.P. La Rioja)	INFORME	Consulta de la A.P. La Rioja	No procede
88	Periodistas/A.P. (A.P. C-LM)	TV Castilla La Mancha	Expresiones ofensivas o vejatorias Discriminación colectivos vulnerables	Vulnera art. 4.b
89	Particular	<i>La Nueva España</i>	Presunción de inocencia Derecho al honor, intimidad e imagen	Desestima, no vulnera el C.D.
90*	Centro Sanitario	Cuatro TV	Información falsa, manipulada o engañosa	Vulnera arts. 2, 13 y 13.a
91*	Centro Sanitario	La Sexta	Información falsa, manipulada o engañosa	Vulnera arts. 2, 13 y 13.a
92	Comisión Quejas	INFORME	Tratamiento mediático de menores	No procede
93	Particular	INFORME	Actividad periodística y publicitaria	No procede
94	A.Usuar./Consum. (A.U. Comun.)	La Sexta	Información falsa, manipulada o engañosa	Desestima, queda fuera del ámbito periodístico
95	Periodistas/A.P. (Col. P. Murcia)	<i>Diez Minutos</i> (revista)	Información falsa, manipulada o engañosa	Desestima, aunque matiza que no es una buena práctica.

* El solicitante de las Resoluciones 2014/90 y 2014/91 es el mismo.

Parte III: Análisis de las Resoluciones

2014	Demandante	Demandado	Motivo	Acuerdo
96	Particular	<i>Periodista digital</i>	Expresiones ofensivas o vejatorias Discriminación colectivos vulnerables	Vulnera arts. 2, 3, 7, 7.a, 7.b y 13.b
97	Particular	<i>La Razón</i>	Presunción de inocencia Derecho al honor, intimidad e imagen	Desestima, no vulnera el C.D.
98	Particular	<i>El Cultural</i> <i>Elcultural.es</i>	Descrédito profesional a terceros	Vulnera arts. 2, 13 y 13.a
99	Político/Partidos	<i>Crónica de Oliva</i> <i>Cronicadelasafor.com</i>	Expresiones ofensivas o vejatorias Derecho al honor, intimidad e imagen	Vulnera arts. 5, 5.a y 13.a
100	Organismos Ofi (Junta Castilla-LM)	La Sexta	Información falsa, manipulada o engañosa	Vulnera arts. 2 y 13

* El solicitante de las Resoluciones 2014/90 y 2014/91 es el mismo.

Capítulo XIII

**ANÁLISIS CUALITATIVO DE LAS RESOLUCIONES
DICTAMINADAS POR LA COMISIÓN DE ARBITRAJE, QUEJAS
Y DEONTOLOGÍA (2005-2014)**

Para la realización del análisis cualitativo de las 100 primeras Resoluciones²³⁷ dictaminadas por la Comisión hemos establecido, a modo de plantilla, una estructura similar en cada una de ellas compuesta de cuatro apartados.

En el primero, presentamos los datos identificativos de la Resolución, en la que aparece el número de orden, la fecha y el enunciado de la misma (respetando las mismas reseñas propuestas por la Comisión); la identificación del demandante y demandado, así como el motivo de la queja.

En el segundo, aparece el acuerdo dictaminado por la Comisión. A pesar de que los acuerdos se encuentran siempre al final de cada Resolución, hemos creído conveniente destacarlos al principio con el propósito de que el lector sepa de antemano el dictamen del órgano autorregulador. Los acuerdos los hemos dividido en dos: estimatorios, cuando se vulnera algún precepto del Código Deontológico de la FAPE; y desestimatorios, cuando no existe infracción deontológica o no se dan las circunstancias para estimar la queja. En el caso de los Informes/Resoluciones, que no llevan acuerdo, se indica: no procede.

El tercer apartado es un comentario personal sobre los aspectos más significativos de la Resolución, cuya finalidad es adelantar al lector datos que le sitúen en el contexto y le ayuden a entender mejor el contenido de la misma. En este caso, al tratarse de una interpretación lo hemos querido

²³⁷ Todas las Resoluciones están publicadas íntegramente en la web de la FAPE, en el dominio <http://comisiondequejas.com/Resoluciones/Resoluciones.htm>

destacar mediante un recuadro tipográfico para diferenciarlo del texto de la Resolución.

Y en cuarto lugar, insertamos un extracto de lo más importante del contenido de la Resolución mediante la siguiente estructura: descripción de los hechos, versión de las partes, razonamientos de la ponencia y acuerdo tomado por la Comisión. En este caso hemos mantenido fielmente el orden de la Resolución tal como está redactada.

No obstante, aunque este último apartado no sea más que un resumen del texto publicado por la Comisión, hemos tenido que realizar un importante esfuerzo para que el lector pueda comprender bastantes de los asuntos tratados en las Resoluciones. Pues no siempre la redacción ni el contenido de muchas de ellas tienen la suficiente claridad para entender el contexto y el contenido. En muchas ocasiones hemos tenido que recurrir a las hemerotecas para recolectar datos e información complementaria, hemos tenido que hacer una labor de conversión del lenguaje jurídico al uso común, así como destacar lo importante sobre lo accesorio pero sin perder el sentido de la Resolución.

Para la presentación de las mismas hemos establecido un orden cronológico, empezando por la más antigua, separadas en subapartados por años.

13.1. Resoluciones año 2005 (2005/1 a 2005/4)

- **Informe/Resolución 2005/1 (2 de Marzo)** *Informe sobre el tratamiento informativo en los medios de comunicación respecto de las víctimas del terrorismo.*

La Comisión de Asuntos Profesionales y Deontológicos de la FAPE solicita al Consejo Deontológico²³⁸ (actualmente Comisión de Quejas) la elaboración de un Código específico sobre el tratamiento ético que aborde las circunstancias y matices informativos de los atentados terroristas y el amparo a sus víctimas.

Acuerdo: No procede.

Comentario personal: Todo parece indicar que la proximidad del primer aniversario de los atentados del 11-M de Madrid estimuló a los miembros del por entonces Consejo Deontológico a presentar un Informe/Resolución sobre el tratamiento que han de tener las víctimas de atentados terroristas. Un tema de especial sensibilidad donde se han de conjugar dos aspectos muy importantes: de un lado, el derecho a la información sobre los hechos; y, de otro, el respeto a las víctimas, a su imagen y a su intimidad. Sin embargo, el parecer del propio Consejo es contrario a la elaboración de un Código específico sobre la materia, tal como solicitó la Comisión de Asuntos Profesionales y Deontológicos, ya que, a su juicio, existe suficiente normativa deontológica al respecto recogida en los Códigos, tanto nacionales (caso del de la FAPE) como internacionales (caso del Código Europeo), que son de aplicación a los profesionales españoles.

²³⁸ Desde que se creó en mayo de 2004, en la Asamblea celebrada en Almería, este órgano se denominó Consejo Deontológico. A partir de 2006, en la Asamblea de Burgos, cambia su nombre por el de Comisión de Quejas y Deontología. Y a principios de 2013, pasará a denominarse Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología. Por esa razón, respetaremos las denominaciones que el órgano autorregulador ha tenido en sus distintas épocas: hasta la Resolución 2005/4, de 13 de septiembre, Consejo Deontológico; desde la Resolución 2006/5, de 8 de junio, y hasta la 2013/68, de 6 de febrero, Comisión de Quejas y Deontológica; y a partir de la Resolución 2013/68, de marzo, Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología.

Extracto de la Resolución: En este Informe/Resolución, el Consejo Deontológico reconoce que en la información sobre atentados terroristas “hay que conjugar al unísono los derechos de las víctimas y las exigencias constitucionales de las libertades de información y de expresión”. Pero también entiende la importancia de insistir en la defensa de los derechos de las víctimas de la violencia terrorista, en la reivindicación de su recuerdo y en la condena de quienes provocaron cruelmente tal dolor. Aún reconociendo los efectos perniciosos que la publicidad terrorista persigue a través de sus actos, el Consejo estima que el tratamiento periodístico “detallado, sistemático y bien orientado de los hechos terroristas tiene efectos sociales y políticos beneficiosos, sirviendo para aglutinar la reacción de la sociedad frente a esta violencia”. Y aunque uno de los hechos que más dolor causa a sus víctimas es la difusión reiterada en los medios de los documentos gráficos en los que se revive y recuerda su tragedia, con ocasión de aniversarios y otras circunstancias relevantes, para el Consejo Deontológico, y sin olvidar que en algunos momentos se hayan podido producir extralimitaciones por parte de algún medio o profesional, se “constata que de forma habitual la voluntad de la profesión periodística se centra en abordar estas cuestiones desde criterios democráticos y responsables”.

Respecto de la petición formulada por la Comisión de Asuntos Profesionales y Deontológicos de la FAPE, el Consejo estima que actualmente “no resulta prioritario elaborar un Código específico que recoja el tratamiento ético desde el que deben abordarse todas las circunstancias y los matices informativos que concurren en los atentados terroristas y, en concreto, en el amparo debido a sus víctimas. Y esto es así porque una correcta aplicación de los [Códigos Deontológicos] hoy en vigor debiera servir para afrontar todas las dificultades y problemas que en esta cuestión se puedan plantear”.

No obstante, en el Informe/Resolución el Consejo recuerda que en los contenidos deontológicos vigentes en la actualidad existen varias cuestiones a tener especialmente en cuenta tanto por los editores como por los profesionales del periodismo. Son las siguientes:

1. En el supuesto de que se plantee un conflicto entre el derecho de informar y el deber del respeto a la dignidad humana, a la propia imagen, a la intimidad y privacidad, “el primero se deberá subordinar al segundo, de acuerdo con lo señalado y el sentido del artículo 20.4 de nuestra Constitución²³⁹”.
2. El rechazo a cualquier expresión de violencia, a sus métodos y a sus objetivos deberá ser siempre explícito, y se excluirá de los contenidos periodísticos a cuanto incite a la violencia o a la subversión constitucional, “porque en la defensa de los valores democráticos no deberá haber neutralidad, tal como señala el Código de Deontología del Consejo de Europa” en sus artículos 33 y 34²⁴⁰.
3. Como la violencia produce dolor y aflicción, que se causa además a personas inocentes, la tareas informativas deben ser llevadas con discreción y sensibilidad, “evitando la intromisión gratuita y las especulaciones innecesarias sobre sus sentimientos y circunstancias”. Y por tanto, reviste una especial importancia el cuidado del lenguaje utilizado.

²³⁹ Art. 20.4: “Estas libertades tienen su límite en el respeto a los derechos reconocidos en este Título, en los preceptos de las leyes que lo desarrollen y, especialmente, en el derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen y a la protección de la juventud y de la infancia”.

²⁴⁰ Art. 33: “En la sociedad se dan a veces situaciones de tensión y de conflictos nacidos bajo la presión de factores como el terrorismo, la discriminación de las minorías, la xenofobia o la guerra. En estas circunstancias los medios de comunicación tienen la obligación moral de defender los valores de la democracia, el respeto a la dignidad humana, la solución de los problemas a través de métodos pacíficos y de tolerancia, y en consecuencia oponerse a la violencia y al lenguaje del odio y del enfrentamiento, rechazando toda discriminación por razón de cultura, sexo o religión”.

Art. 34: “En lo referente a la defensa de los valores democráticos, nadie debe ser neutral. En este sentido los medios de comunicación deben ser factores importantes para prevenir momentos de tensión y deben favorecer la comprensión mutua y la tolerancia y la confianza entre las diferentes comunidades en las regiones en conflicto, tal como se ha proyectado a través de las medidas de confianza por la Secretaría General del Consejo de Europa en el caso de los territorios de la antigua Yugoslavia”.

4. Las personas afectadas directa o indirectamente por la violencia terrorista deben ser tratadas como personas dignas del mayor respeto, pero también como personas necesitadas de una atención y trato especialmente prudente; por ello, “se debiera evitar, como norma general, el recurso a imágenes de las víctimas y su posterior utilización de modo reiterativo”. Y dada su relevancia intrínseca, corresponde un especial cuidado y esmero cuando se encuentren menores de edad entre las personas afectadas, “cuya protección constituye un compromiso ético que no ofrece excepciones”.
5. De igual manera, en el rechazo a la violencia terrorista, se sigue la aplicación deontológica de no discriminación en razón de color, raza, religión o ideología, “así como la no criminalización de los parientes y amigos inocentes de quienes están incurso en ilícitos penales de esta naturaleza”.

Por otro lado, el Consejo Deontológico también destaca en este Informe/Resolución las dificultades y riesgos que “asumen numerosos periodistas que con criterios democráticos y deontológicos han abordado y abordan en su trabajo profesional diario cuestiones relativas a la violencia terrorista”. Y en ese recuerdo se incluyen a cuantos periodistas han perdido la vida y a quienes se ven obligados a abandonar sus hogares o a trabajar bajo la presión del acoso de los violentos y de quienes les amparan.

- **Resolución 2005/2 (6 de Junio)** *Sobre la información aparecida en el diario El Mundo del día 31 de Mayo de 2005, en relación con el terrorismo islamista, en la que aparece la identidad y fotografía de un testigo protegido.*

El Magistrado Juez del Juzgado Central de Instrucción nº 5, Fernando Grande Marlaska, solicita al Consejo Deontológico (actualmente Comisión de Quejas) la adopción de medidas contra el periódico *El Mundo* en relación con el tratamiento informativo sobre el terrorismo islámico publicado en la edición de 31 de Mayo de 2005.

Acuerdo: Desestimatorio por seguirse acciones judiciales sobre el mismo (art. 9.3 del Reglamento)

Comentario personal: A pesar de que el tema de esta Resolución se presume importante, tanto por el contenido como por quien presenta la solicitud, el Consejo lo resuelve de manera sencilla y rápida (en un párrafo de poco más de tres líneas) sin entrar en el fondo de la cuestión. Sin embargo, meses después, el Pleno del Consejo emitirá una nueva Resolución, esta vez avalada por una extensa fundamentación deontológica y jurídica sobre el tema de la petición.

Extracto de la Resolución: La Resolución recoge sucintamente la petición del Juez sobre la adopción de medidas por parte del Consejo por una información en la que aparece la identidad y fotografías de un testigo protegido por la Justicia dentro de la instrucción judicial que se sigue por un tema de terrorismo islamista. Sin embargo, lejos de entrar en más detalles, el Consejo rechaza la solicitud por entender que, como se van a seguir actuaciones judiciales sobre el mismo tema, no ha lugar al pronunciamiento.

El acuerdo del Consejo dice textualmente así:

Rechazar la apertura de expediente deontológico porque según se deduce de la propia solicitud se van a seguir actuaciones judiciales, lo que impide el pronunciamiento del Consejo en virtud de lo dispuesto en el artículo 9.3 del Reglamento del Consejo²⁴¹.

No obstante, como hemos avanzado más arriba, sobre esta petición del juez Grande Marlaska, el Pleno del Consejo volverá a pronunciarse a través de la Resolución 2005/4, de 13 de septiembre, con un pronunciamiento mucho más amplio y extenso.

- **Resolución 2005/3 (6 de Junio)** *Sobre el tratamiento informativo de Telemadrid en el diario El País y la Cadena SER.*

El Director General del Ente Público Radio Televisión Madrid solicita un pronunciamiento del Consejo Deontológico (actualmente Comisión de Quejas y Deontología) en relación con el tratamiento informativo sobre Telemadrid en el diario *El País* y la Cadena SER, en torno a la emisión de un reportaje sobre el 11-M y cuestiones conexas.

Acuerdo: Desestimatorio por no darse las circunstancias reglamentarias y exceder de sus competencias.

Comentario personal: A pesar de que en la Resolución no se especifican los detalles de la denuncia presentada por el solicitante y tampoco consta la documentación aportada por el mismo, se deduce que tanto el diario *El País* como la Cadena SER el tratamiento informativo que dieron al reportaje sobre los atentados del 11-M emitido por Telemadrid, a juicio de su Director

²⁴¹ Art. 9.3: “Las solicitudes no se admitirán cuando hayan transcurrido dos meses desde que se produjeron los hechos que den origen a la reclamación o cuando el solicitante haya acudido previamente a otras instancias judiciales o profesionales sobre la misma cuestión”.

General, vulnera los principios deontológicos del periodismo. Sin embargo, aunque el Consejo estimó que no debía pronunciarse al respecto, es importante destacar el hecho de que un medio como Telemadrid solicitara la intervención de este órgano de autocontrol para mediar en un conflicto entre medios de comunicación por mala praxis profesional.

Extracto de la Resolución: En la misma se indica que tras el análisis de la documentación aportada por la parte solicitante (que no especifica) y en relación con las denuncias y peticiones que se formulan en la misma (que tampoco se detallan), el Consejo adopta los siguientes acuerdos:

1. En relación con la denuncia por presunta violación de correspondencia privada, el **“Consejo carece de competencia para adoptar un pronunciamiento sobre esta cuestión concreta**, que correspondería en todo caso a la jurisdicción ordinaria”.
2. Respecto a la petición de pronunciamiento acerca del tratamiento informativo que unos determinados medios han realizado, y no sólo en el contexto del citado reportaje sobre el 11-M, acerca de Telemadrid, se debe recordar que:
 - a. El Consejo debe ajustarse a lo determinado en su Reglamento, que establece que no se admitirán solicitudes cuando hayan transcurrido 45 días naturales²⁴² desde que se produjeron los hechos origen de la reclamación.
 - b. El Consejo tiene vedado realizar cualquier juicio de intenciones sobre los verdaderos propósitos de un determinado comportamiento informativo, debiendo basarse sus resoluciones en hechos objetivos y probados para determinar si los mismos

²⁴² Sobre el plazo transcurrido para poderse admitir a trámite una solicitud, el Reglamento de la Comisión de Quejas, en su artículo 9.3 establece que “las solicitudes no se admitirán cuando hayan transcurrido dos meses desde que se produjeron los hechos” y no los 45 días naturales que aparece en el acuerdo 2.a de la Resolución. No obstante, podría tratarse de una modificación del Reglamento en la que ampliara el plazo en dos meses en lugar de los 45 días naturales (que corresponde a un mes y medio).

suponen una infracción del Código Deontológico de la FAPE, y siempre teniendo en cuenta los derechos a la libertad de información y de expresión que incluye la crítica.

Ante estas consideraciones, el Consejo Deontológico entiende que **no debe pronunciarse respecto a este apartado de la petición**, por no darse las circunstancias reglamentarias requeridas para ello.

3. Finalmente, el planteamiento que desde la Dirección General de Telemadrid se traslada al Consejo sobre las circunstancias producidas en las relaciones entre los responsables del Ente Público y las organizaciones sindicales²⁴³, este Consejo entiende que **no debe ni puede pronunciarse al respecto**, al tratarse de una cuestión que excede de todo punto las competencias que le han sido adjudicadas.

- **Resolución 2005/4 (13 de Septiembre)** *Sobre la información aparecida en el diario El Mundo del día 31 de Mayo de 2005, en relación con el terrorismo islamista, en la que aparece la identidad y fotografía de un testigo protegido*²⁴⁴.

La Comisión Permanente del Consejo Deontológico de la FAPE (actualmente Comisión de Quejas) solicita al Pleno del Consejo dictamen acerca de si procede tramitar la apertura de expediente deontológico solicitada por el Magistrado Juez del Juzgado Central de Instrucción nº 5, Fernando Grande Marlaska, sobre la adopción de medidas por el Consejo en relación con el

²⁴³ Indicar que sobre esta cuestión no aparece en la Resolución información alguna que explique la polémica surgida entre la representación sindical y la empresa. No obstante, a lo que se refiere el punto 3 es a las críticas recibidas por parte de las organizaciones sindicales sobre la gestión de los informativos de Telemadrid.

²⁴⁴ Es la segunda vez que el Consejo trata la misma solicitud, la primera fue a través de la Comisión Permanente (Resolución 2005/2, de 6 de junio), y ahora, a través del Pleno y bajo los ponentes Luis Martí Mingarro y José Sánchez Faba. En la primera ocasión, el Consejo rechazó la apertura de expediente deontológico en virtud a lo dispuesto en el artículo 9.3 de su Reglamento, al seguirse actuaciones judiciales sobre la causa.

tratamiento informativo sobre terrorismo islamista publicado por el diario *El Mundo*.

Acuerdo: Desestimatorio al no encontrarse vulneración de preceptos deontológicos; además, el solicitante no es sujeto legítimo de demanda al no ser parte afectada.

Comentario personal: Aunque en este caso el acuerdo del Pleno del Consejo Deontológico también es contrario a la petición del solicitante, su argumentación es distinta a la tomada por la Comisión Permanente en el mes de junio. En esta ocasión, cabe destacar la extensa fundamentación deontológica y jurídica de la Resolución por parte del Pleno del Consejo, que viene avalado por un amplio Informe de los ponentes. En dicho Informe se hace una descripción de los motivos que han llevado al Juez a solicitar la apertura de un expediente deontológico a *El Mundo* por revelar la identidad y las declaraciones prestadas como testigo de Abdelkader Farsaoui, alias “Cartagena”, en los sumarios seguidos por delitos de terrorismo ante el Juzgado Central de Instrucción nº 5. El Magistrado basa su petición en el hecho de que Farsaoui tiene la condición de testigo protegido, con una nueva identidad ficticia, por lo que, en opinión del Juez, la revelación de la autoría y el contenido de las declaraciones, suponen un riesgo para la integridad y seguridad del mismo, y, por tanto, concluye que el Consejo abra el oportuno expediente deontológico por estos hechos. Sin embargo, para el Consejo la labor informativa del periódico no vulnera ningún precepto deontológico y, por tanto, al considerar que ha actuado con total profesionalidad, no ha lugar a la apertura de expediente solicitado por el recurrente. Posiblemente ésta sea de las Resoluciones más complejas que haya tenido que dictar la Comisión de Quejas en toda su trayectoria, dada la complicada colisión de derechos que subyacen en la misma. Si interesante es su lectura por la defensa que hace

sobre los derechos que tienen los periodistas a la hora de realizar su trabajo, también lo es porque su argumentación desmonta las razones del juez para formular su petición. En definitiva, lo que viene a demostrar esta Resolución son los estrechos márgenes que en muchas ocasiones los periodistas tienen para poder hacer su trabajo, que no es otro que el de ejercer el derecho a la información y salvar las cortapisas que los propios poderes públicos utilizan.

Extracto de la Resolución: En la descripción de los hechos se relata que Abdelkader Farsaoui, alias “Cartagena”, imán de la mezquita de Villaverde y confidente de la Policía española, es testigo en dos sumarios del Juzgado nº 5 de la Audiencia Nacional, declarados por el Juez Instructor como secretos, y que ante la gravedad e importancia de sus declaraciones, se le ha otorgado la condición de testigo protegido. Por su parte, el periodista Antonio Rubio en un amplio reportaje en el periódico *El Mundo*, en su edición de 31 de mayo de 2005, daba a conocer dichas declaraciones, desvelaba la identidad real de su autor y publicaba fotografías del mismo. La información menciona la identidad real del testigo protegido, pero no la ficticia concedida por el Juez Instructor. Cabe destacar que “en ninguna de las comunicaciones dirigidas a la FAPE por el Juez Instructor se afirma ni siquiera se insinúa que la información publicada por el diario *El Mundo* difiera total o parcialmente de la verdad” recoge el informe.

Para el Pleno, es importante determinar si se ha generado o incrementado el riesgo en los derechos a la seguridad personal e integridad física de Abdelkader Farsaoui, alias “Cartagena”, como consecuencia de la publicación de sus declaraciones sumariales en el diario *El Mundo* el 31 de mayo de 2005, “habida cuenta de que la libertad de información no es absoluta, sino que está sometida al límite del respeto a los demás derechos comprendidos en el Título Primero de la Constitución (art. 20.4 de la C.E.),

entre los que se encuentran también el derecho a la integridad física (art. 15) y a la seguridad (art.17)”.

Sin embargo, el Informe destaca que la Sentencia del Tribunal Constitucional 171/90, de 12 de noviembre, dice que en caso de conflicto con otros derechos fundamentales, “la libertad de información goza, en general, de una posición preferente y las restricciones que de dicho conflicto puedan derivarse a la libertad de información deben interpretarse de tal modo que el contenido esencial del derecho de información no resulte, dada su jerarquía institucional, desnaturalizado ni incorrectamente relativizado”. Y por otro lado –continúa el informe- el secreto del sumario no puede interponerse como un límite a la libertad de información sino, simplemente, como un impedimento al conocimiento de las actuaciones en la fase de instrucción. “El límite al derecho a informar sólo podría venir derivado de que aquello que se quiera comunicar haya sido obtenido ilegítimamente, con quebrantamiento del secreto mismo del sumario, constituyendo una revelación indebida imputable a quienes tuvieran el deber de guardar dicho secreto”. El secreto del sumario no puede impedir que los medios de comunicación publiquen noticias sobre hechos que se encuentran en fase de instrucción “secreta”, siempre que se obtengan lícitamente. Y así lo avala el Informe con la Sentencia del TC 13/1985, de 31 de enero: “una información obtenida al margen del sumario no puede considerarse atentatoria al secreto sumarial, que sólo limita la libertad de información en cuanto para informar haya previamente que quebrantarlo”.

En cuanto a la protección de testigos, regulada por la Ley Orgánica 19/1994, la norma tiene como finalidad promover y facilitar la colaboración de los ciudadanos con la Administración de Justicia. Sin embargo, destaca el Informe, “la regulación contenida en la L.O. 19/1994 ha sido criticada reiteradamente como una norma incompleta, insuficiente e inadecuada para servir a los fines para los que fue dictada”. La Ley impone a las Fuerzas y

Cuerpos de Seguridad del Estado, al Ministerio Fiscal y a la autoridad judicial la obligación de evitar que a los testigos se les pueda tomar cualquier soporte de imagen que pudiera ser reproducido. Por tanto, “la posibilidad de conocimiento de terceros de actuaciones que contienen identidades protegidas, lo que pone de manifiesto es la falta de custodia oportuna de datos que, siendo declarados secretos, terminan conocidos por los medios de prensa. Por eso hay que entender que quienes conocen la información y ejercitan el derecho y deber de informar, y que no son partes en un procedimiento y por ende, no tienen obligación de guardar secreto sobre las actuaciones de la causa, no pueden resultar responsables de las posibles filtraciones o vulneraciones de los deberes de secreto y custodia”, destacan los ponentes del Informe.

A tenor de lo expuesto por el Pleno del Consejo Deontológico, la información publicada por el periodista Antonio Rubio en el diario *El Mundo*, en la que se explicita la verdadera identidad del confidente “Cartagena”, no puede considerarse por sí misma el desencadenante de un verdadero riesgo para el mismo, toda vez que, como expresa el propio solicitante de la incoación del expediente, dicho testigo estaba ya protegido con una identidad ficticia, que no ha sido revelada en la información de *El Mundo*. “Tampoco puede considerarse como hecho que genere riesgo novedoso o adicional para el testigo la difusión de sus fotografías, toda vez que el señor Farsaoui, por su condición de persona pública (imán de la mezquita de Villaverde) debe ser físicamente bien conocido en los ambientes en los que desenvuelve su ministerio”. Y en el supuesto de que esa identidad ficticia concedida a Abdelkader Farsaoui, fuese indebidamente difundida en el futuro, no es posible atribuírsela a la actuación del diario *El Mundo*, cuyo punto de partida sería el fracaso de las medidas judiciales adoptadas para evitar el conocimiento de la nueva identidad del testigo protegido.

Por todo ello, y habida cuenta de que Abdelkader Farsaoui, como persona afectada, tal como recoge el artículo 9.1 del Reglamento del Consejo²⁴⁵, no ha solicitado a la FAPE ni a este Consejo²⁴⁶ la iniciación de expediente alguno por la publicación de dicho reportaje periodístico en *El Mundo*, **procede denegar la apertura de expediente que se solicita por dicha autoridad.**

Otra cuestión que también deja claro el Informe es que no procede activar la posibilidad de actuar de oficio que tiene el Consejo Deontológico en los casos de cuestiones urgentes y de alarma social. Esta decisión la basan en que no se aprecia ninguna de las circunstancias que podrían dar lugar a la intervención excepcional del Consejo Deontológico, “pues ni la cuestión es urgente a la intervención ni se ha alegado siquiera que haya producido la más mínima alarma social”, concluye la Resolución.

13.2. Resoluciones año 2006 (2006/5 a 2006/8)

- **Resolución 2006/5 (8 de Junio)** *Sobre la información publicada en el periódico Depor Sport, en la que se realiza una determinada interpretación de la sentencia dictada por la Audiencia Provincial de La Coruña en relación con el contencioso seguido entre La Voz de Galicia y el Club Deportivo de La Coruña acerca del acceso de los profesionales de dichos medios al Estadio Municipal de Riazor y a sus dependencias anexas o complementarias.*

²⁴⁵ Art. 9.1: “Cualquier persona física o jurídica afectada por una actividad periodística que estime que no cumple las norma del Código Deontológico, podrá presentar solicitud de apertura de expediente ante la Comisión de Quejas y Deontología”

²⁴⁶ Desde que se constituyó en mayo de 2004 este órgano se denominó Consejo Deontológico, a partir de 2006, en la Asamblea celebrada en Burgos, cambia su nombre por el de Comisión de Quejas y Deontología.

La Asociación de la Prensa de La Coruña solicita de la Comisión de Quejas y Deontología (antes Consejo Deontológico)²⁴⁷, pronunciamiento sobre la publicación en el periódico *Deport Sport* de una información sobre una sentencia dictada por la Audiencia Provincial de La Coruña en relación con el contencioso seguido entre *La Voz de Galicia* y el Club Deportivo de La Coruña acerca del acceso de sus profesionales al Estadio Municipal de Riazor.

Acuerdo: Estimatorio por conculcar los artículos 2 y 13.b del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Esta es la primera Resolución en que se estima la solicitud y se falla en contra de un medio de comunicación por conculcar principios deontológicos del Código Deontológico de la FAPE. También es la primera vez que una Asociación de la Prensa presenta una queja formal sobre un medio al considerar que vulnera “las más elementales normas deontológicas de respeto a la verdad”. No cabe duda de que iniciativas como ésta refuerzan el papel autorregulador de la Comisión de Quejas y aumenta el prestigio de la profesión periodística ante la opinión pública, que ve con buenos ojos la preocupación del sector por mantener los estándares éticos y de calidad de los contenidos informativos.

Extracto de la Resolución: La sentencia a la que se alude, dictada por la Audiencia Provincial de La Coruña, estima el recurso presentado por *La Voz de Galicia* y *La Voz de Galicia Radio*, contra las restricciones impuestas por el Real Club Deportivo de La Coruña de impedir el acceso gratis al estadio a los profesionales de estos medios para ejercer el derecho a obtener y recibir información de los partidos de fútbol. La sentencia declara “el derecho de los

²⁴⁷ A partir de esta Resolución el nombre del órgano autorregulador pasará a denominarse Comisión de Quejas y Deontología, en virtud del acuerdo tomado por la Asamblea de la FAPE, celebrada en Burgos en 2006, donde se acuerda el cambio de nombre del Consejo Deontológico por el de Comisión de Quejas y Deontología.

demandantes a acceder libre y gratuitamente al Estadio Municipal de Riazor y a sus dependencias anexas o complementarias (...) en los términos en que lo venían haciendo antes de la decisión del demandado (Real Club Deportivo de La Coruña) de limitar su acceso libre y gratuito”. Además, condena “al demandado a pagar la cuantía de un euro como indemnización de los daños y perjuicios causados por la vulneración de derechos fundamentales y libertades públicas a los demandantes”, así como a “emitir las credenciales correspondientes a los profesionales designados por los demandantes” en cada momento.

Por otra parte, hay que destacar, tal como prueba en su escrito la Asociación de la Prensa de La Coruña, que la negativa del Club al acceso gratuito de los profesionales de *La Voz de Galicia* y *La Voz Radio*, no se hace extensiva al resto de medios de comunicación. Según consta en la sentencia “excepción hecha a los demandantes, a ningún otro medio de comunicación se le había exigido contraprestación económica de manera efectiva por la sociedad deportiva demandada, ni a *Marva* ni a Radio Nacional de España, ni a *Las Provincias*”, cayendo en el agravante de llevar a cabo prácticas discriminatorias en relación a la competencia entre los medios de comunicación y de agravios comparativos.

Por lo que respecta a la actuación del periódico *Deport Sport*, sobre el que se solicita pronunciamiento de la Comisión, una vez conocida la sentencia, recoge la Resolución, dicho medio publicó en su edición de 29 de junio de 2005 el siguiente titular: “La Audiencia niega a ‘La Voz’ el derecho de acceso de un periodista y un fotógrafo que le había reconocido el juzgado”. Pero además, en el texto de la noticia interpreta que la Audiencia “reconoce el derecho del Real Club Deportivo de La Coruña, S.A.D. a obtener un beneficio económico por el acceso de los medios de comunicación, como un acto legítimo en el ejercicio de su libertad de empresa”. Para la Comisión se trata de una información totalmente sesgada y, en consecuencia, contraria a lo que

en verdad dice la sentencia, que viene a establecer que “la cesión de los derechos de retransmisión o emisión, tanto si se realizan en exclusiva como si no tiene tal carácter, no puede limitar o restringir el derecho a la información” y “para hacer efectivo tal derecho, los medios de comunicación social dispondrán de libre acceso a los estadios y recintos deportivos”.

Una vez analizada toda la documentación aportada por el solicitante, la Comisión de Quejas se expresa en los siguientes términos literales:

Primero, según el punto 2 de los Principios Generales del Código Deontológico de la FAPE, “el primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad”. En este punto, la comisión considera que *Depor Soprt* ha faltado a la verdad en su información referente a la sentencia antes mencionada, por cuanto ha escondido una parte de ella y ha tergiversado la interpretación de la parte de la sentencia que le podría beneficiar.

Segundo, en el apartado II.8 del Código Deontológico de la FAPE, se dice: “para garantizar la necesaria independencia y equidad en el desempeño de su profesión, el periodista deberá reclamar para sí y para quienes trabajen a sus órdenes” Y en el punto b.: “el deber y el derecho de oposición a cualquier intento evidente de monopolio informativo, que pueda impedir el pluralismo social y político”. La Comisión considera que *La Voz de Galicia* ejerce su derecho a reclamar igualdad en condiciones de trabajo; es decir, acceso libre y gratuito al campo de Riazor, como los que disfrutaban los medios de comunicación citados en la sentencia (...). Y para finalizar, existe una sentencia judicial fundamentada que asiste en su reclamación a los demandantes.

Tercero, según el apartado III de los Principios de Actuación del Código Deontológico de la FAPE, “Advertida la difusión de material falso, engañoso o deformado, estará obligado (el periodista o el medio, claro) a corregir el error sufrido con toda rapidez y con el mismo despliegue tipográfico y/o audiovisual empleado para su difusión. Asimismo difundirá a través de su medio una disculpa cuando así proceda”.

Por todo ello, la Comisión de Quejas y Deontología adopta el siguiente acuerdo:

Estimar que el diario *Depor Soprt* ha conculcado el punto 2 e incumplido el apartado b) del punto 13 del Código Deontológico de la FAPE.

- **Resolución 2006/6 (8 de Junio)** *Sobre la información aparecida en diversos medios escritos y digitales, acerca de la detención policial de que fue objeto D. Juan Montes Herrero*

D. Juan Montes Herrera solicita de la Comisión de Quejas y Deontología la adopción de medidas en relación con el tratamiento informativo aparecido en varios medios sobre su detención por parte de la Policía por la comisión de presuntos hechos.

Acuerdo: Desestimatorio al no existir incumplimiento deontológico.

Comentario personal: Esta es la primera reclamación que presenta un ciudadano particular ante la Comisión de Quejas, y lo hace contra diversos medios escritos y digitales (en total 11). El solicitante pide la apertura de un procedimiento por incumplimiento de normas deontológicas y la adopción de medidas contra los responsables de la información publicada en los distintos medios. Es el típico caso en el que un detenido cree vulnerado sus derechos por haber sido publicada su detención por la policía. Sin embargo, la Resolución deja bien a las claras que la labor de los medios no ha contribuido para nada a una degradación de su imagen y honor.

Extracto de la Resolución: La Resolución destaca que éste “es uno de los supuestos en que la información difundida por los medios a los que se refiere la denuncia resulta, sin duda, molesta e inquietante para el sujeto al que se refiere esa información”. Sin embargo, queda claro también, que el desvalor o demérito que lo publicado añade a la consideración personal del Sr. Montes Herrero, no lo han puesto las publicaciones, sino que son conductas reales en sí mismas del propio sujeto que contienen ese demérito. Los medios a los que se aluden son: *fuerteventuradigital.com, hispanidad.com, kaosenlared.com, larazon.es, 20minutos.es, elmundo.es, terra.es, surdigit@l, 20 Minutos Madrid, Metro Madrid y El Mundo.*

El ponente pone de manifiesto que el propio interesado no ha puesto en duda los hechos que se atribuyen a su persona en las noticias publicadas, como tampoco existe diferencia entre las informaciones periodísticas y el comunicado de la Policía “que permitan atribuir a la información publicada un plus de deterioro del honor o de imagen del Sr. Montes Herrero”. Y concluye diciendo que “las informaciones sobre hechos que por sí mismos contienen el núcleo del demérito o desvalor en la estima personal, no constituyen infracción ni exceso en el derecho de informar, sino que cumplen su finalidad esencial de que la sociedad conozca sus propios males. Y ello, aunque el reproche sea sólo social y no alcance cotas de reprochabilidad penal”.

En consecuencia, la Comisión de Quejas y Deontología acuerda **rechazar la apertura de expediente** deontológico, por las razones que constan en el informe del ponente.

- **Resolución 2006/7 (8 de Junio)** *Sobre el tratamiento informativo de la supuesta supervivencia de Ylenia Carrisi, hija del cantante Al-Bano, efectuada por Doña Lydia Lozano en la emisora de televisión Telecinco.*

D. Alejandro Perales, Presidente de la Asociación de Usuarios de la Comunicación, solicita de la Comisión de Quejas y Deontología un pronunciamiento sobre las informaciones difundidas en Telecinco por la periodista Lydia Lozano, en las que afirmaba reiteradamente que la hija desaparecida de los cantantes Al-Bano y Romina Power, estaba viva.

Acuerdo: (Sobre la cuestión de Lydia Lozano) Estimatorio por conculcar diversos preceptos deontológicos y en especial el punto 2 del Código Deontológico de la FAPE. (Sobre la cuestión de Telecinco) Desestimatorio por no ser competencia de la Comisión.

Comentario personal: Esta queja tiene la singularidad de ser presentada por una Asociación de Usuarios y formulada contra una conocida periodista de tertulias televisivas del “corazón”. Además, no sólo tiene como objeto la denuncia a la propia profesional, sino que se hace extensiva a Telecinco con la finalidad de que “no incurra en el futuro en tales prácticas”. Huelga decir que este tema suscitó una importante polémica y generó las críticas de distintos ámbitos de la sociedad sobre los principios éticos y morales de los periodistas, pues, en este caso, se vulneraron varios preceptos deontológicos y jurídicos. Destacar que la Resolución viene avalada por un amplio informe deontológico y jurídico donde pone de manifiesto los graves déficits deontológicos en que incurrió la periodista en sus intervenciones en los platós de televisión durante cuatro meses. Pero también es significativa la intención de la Comisión de incluir un punto anexo al informe del ponente²⁴⁸, donde hace una llamada de

²⁴⁸ Dicho anexo es el punto III OTRO SI que aparece en las últimas páginas de la Resolución.

atención sobre la proliferación en España de los espacios de *reality-show*, tanto en los medios audiovisuales como en los escritos. Dichos espacios se presentan como periodísticos cuando que en verdad “están dedicados a difundir los aspectos más íntimos, morbosos y agresivos de las personas, en los que se entrecruzan acusaciones de tramas, mentiras, manipulaciones y montajes, en demasiadas ocasiones soportados además sobre compensaciones económicas”; demostrando con ello que lo que menos importa es la veracidad de las informaciones y la ética de las opiniones, “mientras se vulnera de forma reiterada el respeto al honor, la intimidad y la imagen”. Es la primera vez que la Comisión aprovecha una Resolución para expresar su preocupación sobre las conductas contrarias a los principios deontológicos de los periodistas, seguramente motivado por la proliferación de este tipo de espacios, que, presentándose como periodísticos, no tienen más afán que el de “crear espectáculos o impactos sociales, que puedan aumentar las audiencias, con los efectos de todo tipo que ello conlleva”.

Extracto de la Resolución: En la Resolución se ha querido atender la petición del solicitante para que exista un pronunciamiento tanto sobre la actuación de la periodista Lydia Lozano, como sobre la cadena Telecinco. Para ello se han elaborado expedientes distintos con pronunciamientos separados.

I.- Cuestión relativa a Doña Lydia Lozano

Los hechos denunciados por la Asociación de Usuarios de la Comunicación se basan en las reiteradas informaciones que la periodista Lydia Lozano difundió en varias tertulias televisivas de Telecinco, concretamente en los espacios “A tu lado” y “Salsa Rosa”, durante cuatro meses, del 19 de Febrero al 21 de Junio de 2005. En las mismas, daba por hecho que Ylenia Carrisi, hija de Al-Bano y Romina Power, desaparecida en 1994 en Nueva Orleans y dada por muerta por expediente policial, estaba viva, que residía en

Santo Domingo con otra identidad distinta y que estaba casada y con dos hijos. Estas afirmaciones las mantuvo la periodista durante todo este tiempo a pesar de las informaciones y opiniones también reiteradas de todo el entorno mediático y en contra de la propia familia de Ylenia Carrisi. Sólo en su intervención televisiva del 21 de Junio de 2005, la periodista reconoció su equivocación y pidió disculpas públicas por su error.

Para la Comisión, los argumentos esgrimidos por Lydia Lozano en sus alegaciones de defensa²⁴⁹, en el sentido de “que se basó en un conjunto de informaciones y pistas que al final no pudieron probarse”, difiere de la realidad porque no fue sólo “al final”, sino que durante los cuatro meses que sostuvo dichas afirmaciones en los platós de televisión, no pudo nunca probar nada de lo que daba como noticia. El informe destaca que durante todo el proceso mediático Lydia Lozano ha carecido de toda base probatoria y verificadora de la veracidad de sus informaciones. Además, afirma el ponente, “en el ejercicio de la profesión periodística es doctrina común que en ningún caso las informaciones puedan basarse ni sólo ni principalmente en la fiabilidad y la fe de las fuentes, ni la certidumbre puede asegurarse (...) porque la certidumbre de una información sólo puede basarse en la veracidad de la misma, ya que una información puede por la complejidad del proceso no corresponder con la verdad, pero lo que siempre ha de ser es veraz”. Es decir, toda información debe ser verificada, comprobada y contrastada hasta el límite de lo posible.

El hecho de que durante los cuatro meses de recorrido mediático por la televisión, la periodista no corrigiera las informaciones que ofrecía no es más que abusar “de la buena fe de los ciudadanos en la credibilidad de los medios, afectando al mismo tiempo al derecho a informaciones veraces que tienen los ciudadanos”. Por eso, “cualquier intento de justificación en la fiabilidad de sus

²⁴⁹ La periodista tuvo la oportunidad de presentar en dos ocasiones alegaciones: la primera, coincidiendo con la apertura del expediente (a principios de noviembre de 2005), y la segunda, en febrero de 2006, una vez conocido el escrito del demandante y la demanda que da lugar al expediente.

fuentes no puede servir de atenuante en este caso, ya que un profesional de la información no puede hacer suyas sin más las versiones que recibe”. Tampoco lo será la cobertura dada por el medio, puesto que “la responsabilidad deontológica de la periodista no puede desviarse o descargarse sin otras matizaciones sobre el medio que dio soporte a sus afirmaciones”. En síntesis, concluye el informe, “un informador puede equivocarse, incluso algunas veces, con una rectificación dirigente en su caso: Pero en relación con el caso que nos ocupa, no puede admitirse la persistencia en el error durante casi cuatro meses defendiendo informaciones no veraces y haciéndolo además frente a las informaciones y opiniones de las personas que intervinieron en el tema”. Y por ello, con el agravante del incumplimiento reiterado de sus deberes deontológicos, D^a Lydia Lozano no puede beneficiarse del beneficio de la duda en sus responsabilidades.

En consecuencia, la Comisión de Quejas y Deontología aprueba la siguiente Resolución:

- 1. Estimar, de acuerdo con la parte demandante,** que la periodista doña Lydia Lozano en las informaciones que difundió a través de distintos programas emitidos por la cadena Telecinco, ha conculcado el deber de los periodistas en relación con los principios deontológicos de la profesión, vulnerando múltiples normas y principios, tal y como se ha concretado en el informe del expediente.
- 2.** Principalmente y con carácter general la anterior transgresión afecta al párrafo 2 del Código Deontológico de la FAPE que señala: *El primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad*, que se corresponde, de acuerdo con lo señalado por la Constitución Española en su art. 20.1.d, con el derecho fundamental de los ciudadanos a recibir informaciones veraces. Además de conculcarse también, de manera reiterada, derechos fundamentales de Ylenia Carrisi y de las personas más directamente

afectadas, como también se ha puesto de manifiesto en el informe del expediente.

3. La Comisión entiende que en ese caso concurre una especial gravedad ya que la reiteración de las informaciones, y consecuentemente el incumplimiento de los deberes deontológicos, se ha producido durante varios meses, en perjuicio de la información de una opinión pública libre, creando alarma social entre los ciudadanos y pudiendo, incluso, llegar a erosionar también la credibilidad de los medios de comunicación.
4. Desestimar, consecuentemente, las manifestaciones y alegaciones de Doña Lydia Lozano que constan en este expediente con los razonamientos que se desarrollan en el mismo.

II.- Cuestión relativa a Telecinco

El escrito presentado por la Asociación de Usuarios de la Comunicación solicitaba a su vez que la Comisión de Quejas y Deontología “requiera a Telecinco para que no incurra en el futuro en tales prácticas”.

Sobre este particular, el Pleno de la Comisión, a tenor del Código Deontológico de la FAPE y del Reglamento de la propia Comisión de Quejas y Deontología, estima que no procede abrir diligencias al respecto. Se recuerda que la función propia de la Comisión, de acuerdo con el art. 1.1 de su Reglamento radica específicamente en “*Cuestiones de deontología y ética periodísticas*” y el art. 9.1 las concreta “*en conducta de periodistas*”.

Para la Comisión, el concreto y privativo cometido de los artículos citados “no permite entrar a señalar si se ha producido o no una infracción de estas normas deontológicas”. Y señala que de atender la petición planteada por el solicitante, la Comisión “se estaría extralimitando en sus funciones”. En consecuencia, se acuerda:

Declarar la incompetencia de esta Comisión para resolver la cuestión requerida, en relación con la cadena de televisión Telecinco.

- **Resolución 2006/8 (5 de Octubre)** *Sobre la emisión de un reportaje televisivo denominado “Falsas bajas” emitido en el programa “Siete días, siete noches” de la cadena de Televisión Antena 3.*

D. José Ricardo Peláez, Director del Centro Médico “Cormedic”, y D. Alfredo García Bocanega, médico de cabecera del citado centro, solicitan la apertura de expediente por incumplimiento de las normas deontológicas de la profesión periodística a D. Enrique Sánchez y D^a. Ana Chueca, autores del reportaje titulado “Falsas bajas” emitido el 17 de abril de 2006 dentro del programa “Siete días, siete noches” de la cadena de Televisión Antena 3.

Acuerdo: Estimatorio por conculcar los artículos 2, 13 y 13.a del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Resolución que trata de graves infracciones deontológicas: manipulación de contenidos, tergiversación de hechos y ocultación de datos. Si faltar a la verdad es el peor de los pecados que puede cometer un periodista, cuando se hace a través de este tipo de prácticas, la gravedad es sumamente mayúscula. Porque no sólo se evidencia una degradación profesional, también se constata los mayores parámetros de inmoralidad personal. Estamos ante una dura Resolución, tanto por el contenido de que trata como por las conclusiones de la Comisión. Si en la anterior resolución (2006/7)²⁵⁰ se hace una llamada de atención sobre la

²⁵⁰ Sobre las falsas afirmaciones de la periodista Lydia Lozano en varias tertulias de Telecinco respecto a la supuesta supervivencia de Ylenia Carrisi, hija de Al-Bano.

proliferación de espacios que quieren ser periodísticos, pero que se dedican a difundir los aspectos más bochornosos de las personas mediante manipulaciones y montajes, donde lo que menos valor tiene es la veracidad de las informaciones y la ética de las opiniones, en el caso que nos ocupa estamos ante un atropello a la honestidad periodística, donde se vulneran todos los requisitos exigidos por la jurisprudencia y la deontología para que la información sea considerada legítima. Otra cuestión significativa, y que dice bastante de los autores del reportaje analizado, es el desprecio con que han tratado los requerimientos de la Comisión de Quejas cuando se les dio traslado para presentar cuantas pruebas considerasen oportunas para rebatir las acusaciones de los solicitantes. Ni siquiera contestaron al requerimiento. Algo que se puede interpretar como una flagrante falta de respeto hacia el órgano que vela por la deontología profesional del periodismo.

Extracto de la Resolución: La Resolución reconoce que en el reportaje citado existe tergiversación y ocultación de datos, así como manipulación de contenidos. El visionado del reportaje revela que las imágenes no se corresponden con las afirmaciones de los periodistas (por ejemplo, se dice que la paciente solo expone que “está cansada y necesita tiempo para sí misma” como argumento para conseguir una baja laboral, mientras que en el reportaje se comprueba que el médico le hace diferentes preguntas sobre posibles síntomas). La persona a la que se le toma la presión arterial parece ser otra distinta a la que acude a la consulta, y tampoco es posible verificar de que se trate de la consulta del doctor García Bocanegra, tal como afirman los periodistas (de hecho, el mobiliario parece ser diferente y, además, el doctor afirma que al no disponer de personal auxiliar en su consulta, es él quien toma la presión arterial de los pacientes, aspecto que no ha sido rebatido en contrario). Tampoco ha sido posible verificar que el informe médico que aparece en el reportaje es redactado por el doctor García Bocanegra, pues en

las imágenes se ve al doctor escribiendo y superpuesto aparece el texto del presunto informe por él realizado sin que aparezca ninguna firma.

Otra cuestión que destaca la Resolución es el empleo de frases tendenciosas como: “el doctor emplea una serie de preguntas que no demuestran enfermedad alguna”, “un informe médico para tomarse unos días de vacaciones pagadas es bastante fácil”, “este médico no realiza prueba alguna” “está perfecta (la tensión arterial), por lo tanto este dato no lo hace constar en el informe”. Pero, además, existe un motivo que los periodistas omiten y es de especial importancia, que se trata de una consulta privada en la que no es posible dar bajas con carácter laboral, sus informes no son, por tanto, vinculantes y la baja dependerá en todo caso del criterio médico de quien tenga la facultad para ello.

También sorprende que los periodistas autores del reportaje no contestaran al emplazamiento efectuado por la Comisión²⁵¹ y no aportaran prueba alguna en su defensa, como por ejemplo el presunto informe manuscrito por el doctor García Bocanegra o cualquier otra prueba sobre su labor de investigación con carácter previo a la difusión del programa.

Para el ponente del informe, “el reportaje vulnera el derecho fundamental al honor y a la propia imagen de los representantes del centro médico, que debe protegerse de acuerdo con el artículo 18 de la C.E. y la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo”. Además, cabe recordar que “la libertad de expresión e información (art. 20.1 de la Constitución) no es un derecho ilimitado”. Para que la información sea considerada legítima en el ámbito del honor o la propia imagen, deben cumplirse los requisitos de veracidad, objetividad, interés general y propósito esencialmente informativo; en relación con el derecho a la intimidad se exige además que la información sea

²⁵¹ A pesar de que el Secretario de la Comisión les remitió una carta a Enrique Sánchez y Ana Chueca, autores del reportaje, anunciándoles la apertura del expediente y emplazándoles para que presentasen contestación por escrito y demás pruebas oportunas, no se recibió contestación ni alegación alguna.

consentida. “En el reportaje citado no se respetan ni el principio de veracidad ni el del consentimiento de los afectados”.

En conclusión, y una vez analizadas las circunstancias, del contenido del reportaje “Falsas bajas” se desprende que “no existe veracidad en cuanto al contenido de la información emitida ni base argumental para los peyorativos juicios de valor emitidos por existir indicios suficientes y racionales de manipulación del reportaje. Por tanto, este reportaje no cumple con los requisitos necesarios para deducir que el informante haya procedido dentro del ámbito protegido constitucionalmente” además de conculcar el artículo 13 del Código Deontológico de la FAPE.

Por todo ello, el Pleno de la Comisión de Quejas y Deontología adopta el siguiente acuerdo:

Estimar que D. Enrique Sánchez y D^a Ana Chueca, como responsables del reportaje “Falsas bajas” emitido en Televisión Antena 3, **han conculcado** el deber de los periodistas en relación con los principios deontológicos de la profesión vulnerando normas y principios jurídicos tal y como se manifiesta en el informe de la ponencia. De manera general se ha conculcado **el punto 2 del Código Deontológico** de la FAPE, que señala que “El primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad”; **el punto 13**: “El compromiso con la búsqueda de la verdad llevará siempre al periodista a informar sólo sobre hechos de los cuales conozca su origen, sin falsificar documentos ni omitir informaciones esenciales, así como a no publicar material informativo falso, engañoso o deformado”; y **el punto 13.a**: “Deberá fundamentar las informaciones que difunda, lo que incluye el deber de contrastar las fuentes y el de dar la oportunidad a la persona afectada de ofrecer su propia versión de los hechos”.

13.3. Resoluciones año 2007 (2007/9 a 2007/18)

- **Resolución 2007/9 (28 de Febrero)** *Sobre el tratamiento informativo de los hechos sucedidos en un Pleno del Ayuntamiento de la localidad de Níjar (Almería).*

D^a. María Eulalia Montoya Lázaro, concejala del Ayuntamiento de Níjar y presidenta del Partido Independiente Comarca de Níjar, solicita de la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a la periodista D^a. Inmaculada García César por el artículo “Montoya monta un nuevo show” publicado en el diario *La Voz de Almería* el 6 de diciembre de 2006.

Acuerdo: Desestimatorio al no conculcarse principios deontológicos.

Comentario personal: Es la primera vez que un político recurre a la Comisión de Quejas para denunciar a un profesional de la información. En su solicitud, la demandante acusa a la periodista de escribir sobre unos hechos en los que no estuvo presente y, por tanto, califica la información publicada de dudosa, parcial e incompleta. Es el eterno dilema de quienes creen que la ausencia en el lugar de los hechos no confiere a los periodistas la posibilidad de poder narrarlos, sin pensar que existen numerosas alternativas para disponer de datos suficientes como para redactar la noticia, incluida las citas directas de los protagonistas. Si exigiésemos informaciones sólo avaladas por la presencia de periodistas en el lugar de los hechos, careceríamos de la mayor parte de la información que se produce a diario, pero, además, tampoco significaría que los contenidos tuviesen mayor rigor informativo. Ésa es la profesionalidad del periodista y por eso quienes se dedican a la difusión de la información deben ser personas cualificadas y formadas. La falta de

profesionalidad sí que conduce a la falta de rigor, se esté o no presente en el lugar de la noticia.

Extracto de la Resolución: D^a Eulalia Montoya, concejala independiente del Ayuntamiento de Níjar, acusa a la periodista D^a. Inmaculada García, corresponsal del diario *La Voz de Almería* en Níjar, de haber publicado una información “de marcado carácter dudoso, parcial e incompleto” en su crónica del 6 de diciembre de 2006, sobre el pleno del Ayuntamiento de Níjar, celebrado dos días antes.

En el citado artículo, titulado “Montoya monta un nuevo show en el pleno del Ayuntamiento”, se dice que “después de aprobada la modificación (se trata de una modificación de un puesto de suboficial de la plantilla de la Policía Local de Níjar) Montoya pidió la palabra para explicar su voto y afirmar públicamente que había votado ‘bajo coacción’”. La demandante arguye que la corresponsal no estuvo presente en el pleno municipal y por tanto no pudo cubrir la noticia ni separar la “opinión de la información”. Añade que como en ningún momento se puso en contacto con ella, la periodista no puede atribuirle el entrecomillado “bajo coacción”.

Para la Comisión, la Concejala Montoya basa su queja en que la periodista no estuvo presente en el pleno y por tanto no pudo cubrir la noticia ni entrecomillar las palabras “bajo coacción”. Sin embargo, este hecho, del que en definitiva deduce la Sra. Montoya el presunto incumplimiento por parte de la periodista, “no se sostiene por su base, puesto que al tratarse de un pleno, y como tal de audiencia pública, podía informarse del mismo por audición desde fuera, grabación, terceros, etc. Al margen de que la propia concejala Montoya pidió que sus palabras constasen en el acta del pleno del Ayuntamiento”.

Por tanto, la Comisión de Quejas y Deontología resuelve **desestimar la petición de la demandante** D^a. Eulalia Montoya al no conculcarse por parte de la periodista Inmaculada García los principios deontológicos y de ética periodística de la FAPE.

- **Resolución 2007/10 (28 de Febrero)** *Sobre violación del respeto al derecho de las personas a su propia intimidad.*

D^a. M^a Consuelo Alcalá Rubio solicita de la Comisión de Quejas y Deontología apertura de expediente deontológico a D^a María Patiño, D^a Gema López, D. Antonio Montero y D. Aurelio Manzano, comentaristas del programa de televisión “¿Dónde estás corazón?”, y a D. Antonio Robles, director del mismo, por entender que se han propagado datos inciertos que atacan a su intimidad.

Acuerdo: Desestimatorio al no encontrarse incumplimiento deontológico.

Comentario personal: Caso típico de participante en tertulias y programas “telebasura”, donde los intervinientes hablan frívolamente tanto de su vida privada como de otras cuestiones referidas a su honor, intimidad y propia imagen, y que en un momento determinado se sienten heridos en sus derechos fundamentales por los periodistas tertulianos que también intervienen en los mismos espacios televisivos. Por otra, la circunstancia de que no aporte ninguna prueba o documento que acredite sus denuncias sólo demuestra el poco interés a su propia solicitud (o quizá sólo pretenda tener una excusa que “vender” en los próximos programas). Lo destacable de esta resolución es que para el ponente quienes asisten a este tipo de programas, voluntaria e interesadamente y en la mayoría de las ocasiones a cambio de una

retribución económica, están renunciando al derecho a la intimidad y, por tanto, difícilmente puede ser vulnerado tal derecho y en consecuencia las normas deontológicas periodísticas que protegen dicho derecho.

Extracto de la Resolución: La denunciante considera que la línea del programa “¿Dónde estás corazón?” es mordaz e hiriente y denuncia que los datos que se han propagado sobre ella son inciertos y atacan a su intimidad; también destaca que en el programa se presentó a un interviniente como conocedor de su vida y que ofreció una imagen distorsionada de su persona. Sin embargo, a pesar de que sus manifestaciones no prueban la vulneración de las normas deontológicas, la denunciante tampoco aporta prueba alguna que permita verificar los hechos que denuncia, tal como establece el Reglamento de la Comisión. La falta de aportación de pruebas sería por sí mismo causa para desestimar la solicitud.

No obstante, por averiguaciones de la Comisión se desprende que la solicitante Sra. Alcalá Rubio, “ha participado de forma voluntaria en diversos programas televisivos en los que los intervinientes exponen al público aspectos de su vida privada, es decir, su propia intimidad, y asumen que la misma sea analizada, criticada e incluso reprobada por otros participantes”. Estas intervenciones no son sólo voluntarias, además son interesadas, “percibiendo una retribución económica a cambio de dicha participación”, lo que supone “de hecho una renuncia al derecho a la intimidad, por lo que difícilmente se vulnera tal derecho y en consecuencia las normas deontológicas de la profesión periodística que protege tal derecho”.

Por todo ello, la Comisión de Quejas y Deontología acuerda **rechazar la solicitud de apertura de expediente deontológico** formulada por D^a. Consuelo Alcalá Rubio.

- **Resolución 2007/11 (28 de Febrero)** *Sobre violación del respeto al derecho de las personas a su propia intimidad.*

D^a. M^a Consuelo Alcalá Rubio solicita de la Comisión de Quejas y Deontología apertura de expediente deontológico a D^a Paloma Barrientos y D^a. Xelo Montesinos, la primera comentarista y la segunda directora del programa de televisión “El programa de Ana Rosa”, por entender que han propagado informaciones falsas e inveraces relativas a la denunciante.

Acuerdo: Desestimatorio ante la falta de aportación de pruebas que permita verificar los hechos denunciados.

Comentario personal: Estamos ante una solicitud de características similares a la anterior Resolución. Es la misma demandante, que ahora solicita apertura de expediente deontológico sobre dos profesionales de otra tertulia televisiva de idénticos contenidos que la anterior (lo que se conoce como “tertulias rosas o del corazón”, o también denominadas “telebasura”). En esta ocasión, ante la actitud de la solicitante de no aportar prueba alguna que pueda verificar los hechos que denuncia, la Comisión resuelve rechazar la petición sin entrar en más detalles valorativos.

Extracto de la Resolución: Los hechos que denuncia D^a Consuelo Alcalá son una serie de informaciones falsas e inveraces, relativas a ella, tales como imputaciones de delito, imputaciones de realizar montajes, y dudas irónicas e infundadas acerca de sus últimas actuaciones públicas.

Por su parte, la ponencia, una vez comprobado que la denunciante no ha aportado ningún documento o prueba que permita verificar los hechos que denuncia, tal como establece el Reglamento de la Comisión, del que, según se evidencia del propio contenido de sus escritos, tiene conocimiento, considera que debe ser rechazable la solicitud.

Por todo ello, la Comisión de Quejas y Deontología acuerda **rechazar la solicitud** de apertura de expediente deontológico formulada por la solicitante.

- **Informe/Resolución 2007/12 (18 de Octubre)** *La protección de la imagen de los menores.*

Se solicita de la Comisión de Quejas y Deontología un pronunciamiento de carácter ético sobre la exhibición en un programa de televisión de la víctima de un secuestro, menor de edad, para hacer una reconstrucción de los hechos.

Acuerdo: Estimatorio²⁵² por infringir gravemente los apartados 4.d, 5.b y 6 del Código Deontológico de la FAPE

Comentario personal: Se trata de un extenso Informe teórico sobre la evolución legislativa y deontológica en materia de protección del menor a lo largo del tiempo. En él se recoge un breve pero rico compendio de normativa jurídica y ética existente tanto en España como en Europa, así como las disposiciones del Código Deontológico de la FAPE aplicables a la protección de los menores en su relación con los medios de comunicación. En otro orden de cosas, destacar que la resolución no indica quién es el solicitante, así como el nombre del programa al que se refiere y la cadena de televisión que lo emitió. Si nos atenemos a la Resolución anterior, la carencia de datos significativos y fundamentales para la verificación de los hechos denunciados debiera ser motivo de rechazo. Sin embargo, por ser un tema tan sensible, es

²⁵² Vamos a considerar la estimación porque así lo recoge el último párrafo del Informe/Resolución, aunque no se explicita que se trata de un acuerdo contra nadie en particular, ya que ni los responsables del programa, ni el programa, ni la cadena de televisión que lo emitió están identificados. Más bien podría parecer que se trata de unas conclusiones genéricas sobre un supuesto concreto. No obstante, y a efectos estadísticos posteriores, se considera la estimación con los artículos vulnerados, como así consta en el texto del Informe/Resolución.

posible que la Comisión considerara oportuno un pronunciamiento sobre la protección de los menores en los medios de comunicación y por ello utilizara el formato Informe/Resolución, que es más informativo que procedimental. Otra cuestión que también podría considerarse es que se tratara de un informe sobre una petición “ficticia”, ya que en la propia conclusión del Informe la Comisión reconoce que analiza el supuesto desde “la simple interpretación gramatical”, es decir, por lo expresado en la solicitud pero sin haber visionado el vídeo del programa. No obstante, este es un extremo bastante improbable, por cuanto se podría haber solicitado un informe genérico para la profesión, tal como se hizo con el Informe/Resolución 2005/1, de 2 de marzo, “Sobre el tratamiento informativo en los medios de comunicación respecto de las víctimas del terrorismo”.

Extracto del Informe/Resolución: La Comisión estima que los derechos fundamentales del menor tienen una doble dimensión, jurídica y ética, íntimamente entrelazadas y que han evolucionado juntas a través de la Historia. Por tanto, no se puede desvincular la importancia que el Derecho ha tenido en el cambio positivo de la sociedad hacia la protección de los menores. Por esa razón, el Informe está dividido en tres apartados: el primero hace un recorrido sobre la evolución legislativa en materia de protección de los menores; el segundo, trata la protección del menor desde el punto de vista deontológico en el periodismo; y el tercero, recoge las disposiciones aplicables al Código Deontológico de la FAPE.

El primer apartado es un breve resumen de la evolución jurídica de los menores que va desde el Código de Hammurabi (2.250 a.C.), considerada la primera legislación que se refiere a la infancia, pasando por la concienciación social sobre la protección del niño que promueve el Derecho romano (siglo IV, bajo Constantino), la aparición de instituciones como la del Pare d’orfans en Valencia en plena Edad Media o la de San Vicente de Paul en Francia en la

Edad Moderna, hasta las iniciativas legislativas que se van sucediendo en los siglos XVIII y XIX en Europa.

Pero será a partir de la Segunda Guerra Mundial, cuando la sociedad occidental tomará conciencia de los graves problemas de la infancia ante la dramática situación que evidencia la posguerra. Entre 1940 y 1950 se crean organismos internacionales como la FAO, UNICEF, la OMS o la UNESCO, que favorecen el avance de la protección legal del menor. En 1959 la ONU proclama la Declaración de los Derechos del Niño, y en 1989 aprueba la Convención de los Derechos de los Niños, que a diferencia de la anterior, ésta sí vincula a los Estados que la ratifican como Derecho positivo. España la ratificó el 26 de enero de 1990 y está incluida dentro de nuestro ordenamiento jurídico.

Otras iniciativas legislativas más recientes incorporadas a nuestro ordenamiento jurídico son la Resolución del Parlamento Europeo de 2001, la Declaración de la Unión Europea con motivo del Cincuentenario de la Declaración Universal de los Derechos Humanos en 1998, la Constitución Española de 1978, a través del capítulo III del Título I y del artículo 20, o la Ley Orgánica 1/1996 de Protección Jurídica del Menor.

El segundo apartado del Informe recoge gran parte de la normativa deontológica de la profesión periodística sobre la protección del menor existente en Europa y España. En el ámbito puramente ético merece una especial mención la Resolución 1003 del Consejo de Europa, sobre ética del periodismo, aprobada el 1 de julio de 1993. Países como Alemania tienen en vigor las “Normas Fundamentales de Periodismo” aprobadas por el Consejo Alemán de Prensa, en colaboración con las Asociaciones de Prensa, en diciembre de 1973 y revisadas el 1 de junio de 2001. En Francia, las “Normas y Usos de la Prensa Diaria Regional”, aprobadas por el Sindicato de la Prensa Diaria Regional en diciembre de 1995. En el Reino Unido, el “Código de Práctica Periodística”, aprobado por la Comisión de Reclamaciones de la

Prensa en enero de 1994 y actualizado en 2004. En Italia disponen de dos importantes documentos, el código de autorregulación “Televisión y Menores”, aprobado por las televisiones italianas y el Ministerio para las Telecomunicaciones el 29 de noviembre de 2002, y la “Carta de los deberes de los periodistas”, aprobada por la Federación Nacional de la Prensa Italiana y el Consejo Nacional de Periodistas, el 8 de julio de 1993.

En España, existe el “Convenio para la autorregulación para las cadenas de televisión en relación con determinados contenidos de su programación referidos a la protección de la infancia y la juventud” suscrito por el Ministerio de Educación y Ciencia, las Consejerías de Educación de las Comunidades Autónomas y las Cadenas de Televisión, el 26 de marzo de 1993. A nivel de Comunidades Autónomas destaca en Cataluña la “Declaración de principios de la profesión periodística” (Código Deontológico de Cataluña), aprobado en octubre de 1992; así como las “Recomendaciones sobre el tratamiento informativo de las tragedias personales” elaboradas por el Consell de l’Audiovisual de Catalunya, en febrero de 2001. En Madrid, el “Código Deontológico de la Comunidad de Madrid”, aprobado por el Sindicato de Periodistas de Madrid, en marzo de 2000. En la Comunidad Valenciana, el documento “Derechos y deberes del Periodismo Gráfico”, elaborado por la Unió de Periodistes Valencians, en colaboración con el Tribunal Superior de Justicia de la Comunidad Valenciana, en noviembre de 2001.

Son sólo algunos ejemplos de los muchos e importantes documentos que los medios de comunicación españoles y europeos han aprobado en materia deontológica sobre la protección de los menores.

Y el tercer apartado del Informe recoge las disposiciones aplicables al Código Deontológico de la FAPE, aprobado el 27 de noviembre de 1993, y en el que se establecen los principios éticos fundamentales que han de ser observados en el ejercicio de la función periodística. Se destacan algunos que guardan relación directa con la protección de menores.

Principios Generales

1.- El periodista actuará siempre manteniendo los principios de profesionalidad y ética contenidos en el presente Código deontológico...

4.- Sin perjuicio de proteger el derecho de los ciudadanos a estar informados, el periodista respetará el derecho de las personas a su propia intimidad e imagen...

4 b) En el tratamiento informativo de los asuntos en los que medie elementos de dolor o aflicción en las personas afectadas, el periodista evitará la intromisión y las especulaciones innecesarias sobre sus sentimientos y circunstancias.

4 d) Se prestará especial atención al tratamiento de asuntos que afecten a la infancia y a la juventud y se respetará el derecho a la intimidad de los menores.

5 b) Se evitará nombrar a las víctimas de un delito, así como la publicación de material que pueda contribuir a su identificación, actuando con especial diligencia cuando se trate de delitos contra la libertad sexual.

6.- Los criterios indicados en los dos principios anteriores se aplicarán con extremo rigor cuando la información pueda afectar a menores de edad. En particular, el periodista deberá abstenerse de entrevistar, fotografiar o grabar a los menores de edad sobre temas relacionados con actividades delictivas o enmarcables en el ámbito de la privacidad.

Hasta aquí llega el contenido teórico del Informe donde se recoge toda la normativa, tanto jurídica como deontológica, aplicable a España en materia de protección del menor. Sin embargo, la Comisión, a pesar de la falta de datos sobre quiénes son los demandantes y demandados, así como la falta de identificación del programa televisivo al que se refiere la petición, ha

elaborado un último punto en el Informe sobre la aplicación de los principios deontológicos citados al supuesto examinado.

Para la Comisión de Quejas y Deontología, por la simple interpretación gramatical de los mismos (lo cual parece indicar que tampoco han podido visionar el programa en cuestión) dada su claridad y precisión, conduce a la conclusión que [dicho programa] “infringe claramente el Código Deontológico de la FAPE, en particular el art. 5 b), el hecho de fotografiar o filmar a un menor, víctima de un delito y divulgar, utilizando cualquier medio periodístico –prensa escrita o televisión- dicha fotografía o grabación”.

En conclusión, se refuerza más todavía si se pone en relación nuestro Código Deontológico con el sinnúmeros de acuerdos, recomendaciones, principios o normas que desde el punto de vista ético han adoptado diferentes organizaciones de la profesión periodística, y, máxime, si la conducta examinada se inscribe en el contexto de la creciente protección a la persona, a su libertad, su dignidad e intimidad del menor.

Por todo ello, la Comisión de Quejas y Deontología, **estima que constituye una grave infracción de los** principios contenidos en los **artículos 4.d, 5.b y 6 del Código Deontológico** de la FAPE el hecho de grabar imágenes de menores, víctimas de un delito y divulgar las imágenes grabadas, por la televisión o por cualquier otro medio periodístico.

- **Resolución 2007/13 (18 de Octubre)** *Sobre el derecho de rectificación, en relación con un editorial publicado en El Boletín Tricantino.*

D. David Bravo Carnicero, periodista y director de Comunicación del Ayuntamiento de Tres Cantos (Madrid), solicita a la Comisión de Quejas y Deontología apertura de expediente deontológico a D. Salvador Aguilera por negarse a rectificar un editorial publicado en el *Boletín Tricantino*, nº 151, del 23

de mayo de 2007, bajo el título “Una cacicada más de la señora alcaldesa”, al considerar que atenta contra su dignidad como periodista profesional.

Acuerdo: Estimatorio por conculcar los artículos 7.c y 13.c del Código Deontológico de la FAPE

Comentario personal: Estamos ante una vulneración de dos preceptos a la vez: de una parte, existe una voluntad manifiesta de insultar y vejar la condición personal y profesional de un cargo público; y, de otra, se niega la posibilidad de rectificar informaciones injuriosas e inapropiadas. Son dos infracciones deontológicas muy graves, por cuanto se demuestra que el medio que las difunde lo hace a conciencia y, además, lo demuestra negándose a rectificar. Lo que significa una actitud de prepotencia que es radicalmente opuesta a la que se le debe exigir a un medio de comunicación.

Extracto de la Resolución: En el referido artículo se dice de manera explícita que tanto la señora alcaldesa como David Bravo Carnicero “son fieles discípulos del Inquisidor Torquemada, de los Goebels (sic) hitlerianos del III Rich (sic), de los Tirso Escudero, Arias Salgado y Fray Justo Pérez de Urbel”, además de “Servicio de Orientación Bibliográfica de la censura franquista”. Por su parte, David Bravo, dirigió una carta al director del *Boletín Tricantino* solicitándole una rectificación de dichas afirmaciones en el siguiente número de la publicación. Sin embargo, el *Boletín Tricantino* respondió insertando el mismo editorial injurioso, seguido de la carta íntegra remitida por el demandante, donde pedía la rectificación.

En sus alegaciones, Salvador Aguilera manifiesta que el artículo al que se refiere del solicitante, es un artículo de opinión en el que no se critica la labor del periodista reclamante, sino el hecho de usar su posición privilegiada en el Ayuntamiento para hacer de la revista municipal un uso privado y

político, entendiendo que le asiste el derecho a la libertad de expresión y a la libre crítica de las actuaciones.

Sin embargo, para el ponente, en el artículo “Una cacicada más de la señora alcaldesa” publicado en el *Boletín Tricantino* del 23 de mayo de 2007 se aprecia “un claro objetivo: insultar gravemente a Don David Bravo Carnicero (y junto a él a la alcaldesa pero de forma secundaria) puesto que la crítica va dirigida al ‘Gabinete de Intoxicación Social’, al frente del cual se halla ‘un Bravo Carnicero’” Además se les presenta como “fieles discípulos” del Inquisidor Torquemada, de los Goebbels hitlerianos del III Reich, de los Tirso Escudero, Arias Salgado y de Fray Justo Pérez de Urbel, y del Servicio de Orientación Bibliográfica de la censura franquista.

Establecer tales paralelismo -dice la Resolución- conduce a pensar que tanto la alcaldesa como David Bravo Carnicero, cuando menos, aplauden la tortura, la xenofobia, el fanatismo religioso, la pena de muerte, el asesinato, el totalitarismo, la censura mediática, la mentira, la persecución por ideas políticas o religiosa y la represión. En un contexto en el que la acusación va dirigida a un cargo de confianza municipal, como es el de Director de Comunicación del Ayuntamiento de Tres Cantos, añade una agravante de desconfianza social en su gestión diaria al frente de su puesto oficial. Lo cual puede dañar seriamente su perfil como profesional. Además, la publicación denunciada concedió al señor Bravo derecho a réplica pero no satisfizo su petición de rectificación. Es más, se ratifica, por segunda vez, en el número siguiente.

Por todo ello y a la vista de los razonamientos de la ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología acuerda **estimar que los hechos publicados en el *Boletín Tricantino* conculcan los artículos 7.c**, en donde dice “deben evitarse expresiones o testimonios vejatorios o lesivos para la condición personal de los individuos y su integridad física y moral”; **y el**

13.c, en donde dice: “se difundirá a través del medio una disculpa cuando así proceda” del Código Deontológico de la FAPE²⁵³.

- **Resolución 2007/14 (18 de Octubre)** *Sobre el respeto a la verdad y el respeto a los derechos de los más débiles y los discriminados en relación con el artículo “El friquismo, una nueva forma de vida”, publicado en El Escaparate de Sevilla.*

D. Miquel Ramia i Jesús, en su propio nombre y en representación de la Asociación OtakUAB²⁵⁴ solicita a la Comisión de Quejas y Deontología apertura de expediente deontológico a D^a. Sara Gallardo como autora del artículo “El friquismo, una nueva forma de vida”, publicado en *El Escaparate de Sevilla*.

Acuerdo: Desestimatorio al no vulnerarse ningún precepto deontológico.

Comentario personal: Lo más destacable de esta Resolución es que los artículos de opinión, siempre que no recurran al insulto o a las descalificaciones vejatorias, tal como ha sucedido con la resolución anterior, sus contenidos no pueden ser evaluados con la rigurosidad que se le exige a una noticia. Es sabido que el campo de la opinión es más amplio y laxo que el de la información y, bajo ese prisma, la Comisión diferencia las peculiaridades de los distintos géneros periodísticos.

²⁵³ Hay que precisar que existe una diferencia entre el artículo 13.c y la parte que se cita. Pues “se difundirá a través del medio una disculpa cuando así proceda” no pertenece al apartado 13.c, como así se cita en el acuerdo, sino al 13.b: “Advertida la difusión de material falso, engañoso o deformado, estará obligado a corregir el error sufrido con toda rapidez y con el mismo despliegue tipográfico y/o audiovisual empleado para su difusión. Asimismo difundirá a través de su medio una disculpa pública cuando así proceda” Por tanto, el artículo conculcado es en verdad el 13.b. y no el 13.c, que se cita por equivocación.

²⁵⁴ OtakUAB es un club de manga (historietas con dibujos de origen japonés) que forma parte de las organizaciones reconocidas en la Facultad de Traducción e Interpretación de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Extracto de la Resolución: El solicitante estima que el artículo denunciado no se ciñe a la verdad y no es riguroso con lo que es el colectivo Frisi, por lo que considera que vulnera los artículos 2, sobre el respeto a la verdad y 7, acerca del celo profesional debido a los derechos de los más débiles y los discriminados, del Código Deontológico de la FAPE.

Para la ponencia, el artículo al que se hace referencia en la solicitud corresponde a los denominados artículos de opinión. Por tanto, tratándose de un artículo de estas características, del que se podrá estar de acuerdo o no con la opinión, la autora se ciñe a lo que es propio de un espacio de tal naturaleza. Y a tal efecto, “los extremos críticos del artículo no pueden ser evaluados con referencia a una norma deontológica, porque escapan a su ámbito de aplicación”. Se podrán hacer valoraciones sobre la conformidad o disconformidad con los contenidos, “pero no cabe plantearse una valoración bajo los criterios de la ética”. En consecuencia, para el ponente “no existe la materia necesaria y suficiente para poder justificar los fundamentos éticos de la petición”

Por tanto, la Comisión de Quejas y Deontología acuerda **no admitir a trámite la solicitud** de apertura de expediente.

- **Resolución 2007/15 (18 de Octubre)** *Sobre la utilización de la nacionalidad en los protagonistas de las noticias.*

D. Antoni F. L. solicita a la Comisión de Quejas y Deontología pronunciamiento acerca de si el diario *Qué!* ha vulnerado el principio 7²⁵⁵ del Código Deontológico de la FAPE por una noticia publicada el 10 de julio de 2007 en su página 8.

²⁵⁵ A pesar de que en la resolución aparece por error el principio nº 1.7 del Código Deontológico (que no existe), en realidad se trata del artículo 7 de los Principios Generales, que es el que hace referencia a la cuestión que denuncia el solicitante.

Acuerdo: Desestimatorio por carecer el solicitante de legitimidad sobre la petición formulada.

Comentario personal: La cuestión que se formula en esta Resolución tiene un marcado interés social y por supuesto deontológico, que nos lleva a reformular hábitos hasta hace pocas décadas considerados normales. Es el referido al empleo de adjetivos relacionados con la nacionalidad o las creencias religiosas en noticias sobre sucesos o actos delictivos. Tal como afirma el Consell de la Informació de Catalunya, este tipo de prácticas pueden generar un contexto discriminatorio al provocar una actitud negativa de los ciudadanos respecto al hecho migratorio y a los inmigrantes. Sin embargo, tampoco podemos desterrar de la información tales datos cuando así resulten relevantes para la información. Por eso, con independencia de que por cuestiones formales no se haya admitido la solicitud, la cuestión que se plantea evidencia un problema sobre el que la profesión periodística deberá tener especial cuidado para no incurrir ni fomentar actitudes discriminatorias, en consonancia al espíritu del Código Deontológico de la FAPE (art, 7).

Extracto de la Resolución: La noticia a la que se refiere la solicitud informa de la siguiente manera: (antetítulo) “Las atacó en la calle”; (titular) “Piden 40 años de cárcel para el joven que violó a dos mujeres en menos de un mes” (cuerpo de la noticia) “La fiscalía pidió ayer una pena de 40 años de prisión para un joven marroquí de 21 años acusado de haber violado a dos mujeres en menos de un mes....”. Para el solicitante “es irrelevante la nacionalidad a la cual pertenecen los protagonistas de la noticia para comprenderla” y se pregunta si en el caso de haber sido españoles ¿lo hubieran mencionado?. Además, también aporta el pronunciamiento del Consell de la Informació de Catalunya sobre la cuestión de la “Nacionalidad de las personas como un derecho relevante en la noticia”, donde recomienda a los medios que actúen

con especial responsabilidad con aquellos contenidos que puedan suscitar discriminación social por razón de género, etnia, creencias, extracción social o cultural, con el fin de evitar actitudes negativas sobre los inmigrantes.

Sin embargo, para el ponente, la relación que guarda el solicitante con el hecho denunciado es ninguna, y destaca que, “aparte de una noble indignación, [la noticia] no le ha producido el menor perjuicio patrimonial o moral. En definitiva, la información no le afecta en absoluto”. El Reglamento del Consejo Deontológico de la FAPE es claro al respecto, su artículo 9 dice: “Cualquier persona física o jurídica afectada por una actividad periodística que estime que no cumple las normas del Código Deontológico, podrá presentar solicitud de apertura ante la Comisión de Quejas y Deontología”. El denunciante no tiene la condición de portador de un interés legítimo y, por tanto, carece de legitimación para impugnar la noticia en cuestión.

En consecuencia, la Comisión de Quejas y Deontología acuerda **no admitir a trámite la solicitud** de apertura de expediente deontológico.

- **Resolución 2007/16 (18 de Octubre)** *Sobre la utilización de la nacionalidad en los protagonistas de las noticias.*

D. Antoni F. L. solicita a la Comisión de Quejas y Deontología pronunciamiento acerca de si el diario *Qué!* ha vulnerado el principio 7 del Código Deontológico de la FAPE por una noticia publicada el 25 de mayo de 2007 en su página 12.

Acuerdo: Desestimatorio por carecer el solicitante de legitimidad sobre la petición formulada.

Comentario personal: Es un caso idéntico al anterior y de resultados similares. La falta de legitimidad del solicitante provoca que la Comisión no pueda tratar un tema deontológico de este calibre.

Extracto de la Resolución: La noticia a la que se refiere la solicitud informa sobre la detención de una banda de delincuentes de la siguiente manera: “Madrid. Son 10 polacos, 8 albanos-kosovares y un esloveno. Cae una banda de ‘butroneros’ que cometían asaltos de película”. Sin embargo, al concurrir las mismas circunstancias que en la resolución anterior, el ponente aplica para el presente caso los mismos razonamientos efectuados en la Resolución 2007/15, sobre la no legitimación del solicitante para la impugnación de la noticia.

Por tanto, la comisión de Quejas y Deontología acuerda **no admitir a trámite la solicitud** de apertura de expediente deontológico.

- **Resolución 2007/17 (18 de Octubre)** *Sobre el uso del término ilegales.*

D. Antoni F. L. solicita a la Comisión de Quejas y Deontología pronunciamiento acerca de si el diario *20 Minutos* ha vulnerado los Principios Generales 2 y 7.c del Código Deontológico de la FAPE por una noticia publicada el 9 de julio de 2007 en su página 8.

Acuerdo: Desestimatorio por carecer el solicitante de legitimidad sobre la petición formulada.

Comentario personal: Al igual que en las otras dos resoluciones anteriores, la cuestión que se denuncia tiene que ver con el empleo de términos que pueden provocar rechazo social hacia colectivos concretos. En este caso sobre la expresión “ilegales”. Sin embargo, el acuerdo de la Comisión es el mismo que en las resoluciones 2007/15 y 2007/16, puesto que se repiten las mismas circunstancias.

Extracto de la Resolución: La información a la que se refiere la solicitud contiene el siguiente titular: “Ilegales en Barajas. Diez personas de origen colombiano han sido detenidas por su implicación en una red que introducía inmigrantes ilegalmente a través del aeropuerto de Madrid-Barajas”. No obstante, al concurrir las mismas circunstancias que en las resoluciones anteriores, el ponente aplica para el presente caso los mismos razonamientos efectuados en la Resolución 2007/15, sobre la no legitimación del solicitante para la impugnación de la noticia.

Por tanto, la Comisión de Quejas y Deontología acuerda **no admitir a trámite la solicitud** de apertura de expediente deontológico.

- **Resolución 2007/18 (18 de Octubre)** *Sobre valoración de conductas profesionales en relación con las acusaciones realizadas por D. Federico Jiménez Losantos a los profesionales de la Agencia EFE.*

El Consejo de Redacción de la Agencia EFE solicita a la Comisión de Quejas y Deontología que determine si las manifestaciones del director de “La Mañana de Cope”, Federico Jiménez Losantos, contra los profesionales de esta Agencia son acordes con el comportamiento ético y la deontología profesional.

Acuerdo: Estimación al conculcarse los artículos 5 y 7.c del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Interesante Resolución que contempla varios aspectos y supuestos producidos en un mismo hecho. De un lado, queda demostrado el error profesional grave de grabar imágenes mudas para ser destinadas a planos de recurso y que por, negligencia profesional, se difundieron con sonido sin el consentimiento de quienes aparecían en ellas. Y de otro, destaca la reacción y las fuertes críticas de Jiménez Losantos hacia los trabajadores de la Agencia Efe, que, como queda reflejado en la resolución, se extralimitó en el lenguaje utilizado en sus opiniones al acusarles de mala fe profesional. Otra cuestión que también es interesante resaltar es el hecho de que la Comisión, por primera vez, proceda contra alguna infracción deontológica a pesar de que no esté contemplada en la solicitud.

Extracto de la Resolución: Los hechos a los que se refiere la solicitud tienen que ver con unas imágenes que la Agencia EFE TV grabó en el transcurso del intermedio de una entrevista que Federico Jiménez Losantos realizó a Mariano Rajoy en los estudios de la Cadena COPE durante el programa “La mañana de Cope” del que es director. Dichas imágenes, que debían ser planos mudos de recurso se grabaron con sonido sin que los invitados en el estudio lo supieran. En las mismas, se escuchan unos comentarios de Mariano Rajoy que no estaban destinados a su difusión pública pero que fueron reproducidos por dos televisiones (La Sexta y Cuatro) al ser enviadas por EFE TV a sus abonados.

Este hecho, que fue reconocido por la Agencia EFE como un grave error cometido por no haberse revisado el material grabado y en su caso borrado el sonido, originó las críticas de Federico Jiménez Losantos en su programa de días sucesivos sobre la Agencia EFE. Algunas de las

manifestaciones del día siguiente fueron: *A esta Agencia EFE, efe de Franco y de Falange conviene recordar Grijelmo (a la sazón Presidente de EFE) Efe de Franco que es lo que os va (...) A la Agencia Efe no volveremos a dejar entrar aquí porque es gente de muy mala condición, por lo menos la que vino aquí. (...) la Agencia Efe no puede entrar en ningún sitio decente porque no respeta ninguna de las normas habituales de la profesión (...) Tendremos que declarar a los sujetos que trabajan en la Agencia Efe personas de poco fiar y non gratas en la zona civilizada, no saben comportarse.* Dos días después, las críticas se centran, sobre todo, en la persona de la directora de la Agencia, Ana Zunzarren. A la que también le dedica frases como estas: *Zunzarren en el caso de que leas, está prohibido editar y difundir “off de recodr”. Es que la pobre, cuando se explica es peor... es que no sabe ni leer ni escribir (...) Zunzarren si tuvieras dignidad dimitirías esta mañana (...) El problema de Zunzarren es que estudiante en Navarra, deberías haber aprendido algo más (...) Oye Zunzarren, que nosotros pagamos tu sueldo, que no sé cuál será, pero probablemente por encima de tus merecimientos.*

Según razona la ponencia, los hechos, la grabación y su posterior distribución por parte de EFE TV de las declaraciones de Mariano Rajoy en el intermedio de la entrevista con Jiménez Losantos, son reconocidos por la propia Agencia, quien asume su error y reconoce que va en contra de sus propios Estatutos. Por otro lado, como consecuencia de que el hecho se produjo de esa manera, no parece que por parte del Sr. Jiménez Losantos se haya vulnerado el art. 2 del Código Deontológico de la FAPE, que establece “el respeto a la verdad”.

Sobre las opiniones causantes de la queja que motivan la solicitud, el ponente estima que en su durísima reacción contra la directora de EFE TV y, en general contra la Agencia y sus trabajadores, es evidente que el director de “La Mañana de Cope” no ha tenido en cuenta la presunción de inocencia, “al acusarles de mala fe en el ejercicio de su trabajo profesional”, lo que atenta contra el art. 5 del Código Deontológico que defiende el principio de que toda persona es inocente mientras no se demuestre lo contrario. De igual manera,

se considera por la ponencia que Jiménez Losantos, en el ejercicio de su legítimo derecho a la libertad de expresión en los juicios de opinión, se extralimitó en el uso del lenguaje utilizado y no tuvo en cuenta el art. 7 del Código Deontológico que afirma el deber del periodista “de evitar expresiones o testimonios vejatorios o lesivos para la condición personal de los individuos y su integridad física y moral”.

En consecuencia, la Comisión de Quejas y Deontología determina lo siguiente:

1. Que el Sr. Jiménez Losantos no falta a la verdad sustancial en la narración de los hechos y, por tanto, **no infringe el art. 2** del Código Deontológico.
2. **Tampoco se aprecia infracción del art. 17** (obligada distinción entre información y opinión) ya que aparecen suficientemente identificados los hechos y la opinión que tales hechos le merecen al Sr. Jiménez Losantos.
3. Por el contrario, **sí se acepta la infracción del art. 5** del Código Deontológico, ya que el Sr. Jiménez Losantos no respeta la presunción de inocencia de los trabajadores de la Agencia EFE a los que acusa de actuar de mala fe e insulta repetidamente.

Por otra parte, aunque no se denuncia expresamente, la Comisión entiende que el Sr. Jiménez Losantos **infringe abiertamente el art. 7.c** del Código Deontológico, en el sentido de “evitar expresiones o testimonios vejatorios o lesivos para la condición personal de los individuos y su integridad física y moral”, al extralimitarse en el lenguaje utilizado en sus juicios de opinión.

13.4. Resoluciones año 2008 (2008/19 a 2008/24)

- **Resolución 2008/19 (8 de Enero)** *Sobre el derecho de rectificación en relación con la publicación por parte del diario El País de una información referida al Presidente de la Corporación RTVE , D. Luís Fernández.*

D. Luís Fernández, Presidente de la Corporación Radiotelevisión Española (RTVE) solicita a la Comisión de Quejas y Deontología su intervención y amparo ante la información publicada por *El País* el 4 de diciembre de 2007 y que afecta al buen nombre y credibilidad de dicha Corporación.

Acuerdo: Se desestima la petición por no haber cumplido el reclamante los presupuestos exigidos por la Ley Orgánica 2/1984 (Derecho de rectificación).

Comentario personal: Estamos ante un supuesto que suele darse con bastante frecuencia en la sociedad: no ejercer bien nuestros derechos. En este caso, todavía es peor, si tenemos en cuenta que quien debería haberlo hecho es una corporación mediática de la magnitud de RTVE. Curiosamente, en la Resolución no se cuestiona el error o inexactitud de los datos aparecidos en la información de *El País*, sino que se hace hincapié en que, aun reconociendo la existencia de los mismos en la noticia, RTVE no ejerciera su derecho de rectificación tal como prevé nuestro ordenamiento jurídico y, en consecuencia, no demostrara su interés por promover dicho derecho. Sin embargo, en contra de lo que cabría esperarse, la ponencia, que califica de poco ejemplar desde el punto de vista deontológico a la luz del artículo 13 del Código la actitud de *El País*, no se pronuncia al respecto en su acuerdo y rechaza la solicitud porque el solicitante no ha cumplido los presupuestos exigidos por la Ley (que no de su Reglamento).

Extracto de la Resolución: Según recoge la Resolución, el solicitante se queja de que la publicación a la que se refiere contiene errores importantes y que por ese motivo se remitió una carta al director de *El País* “que el periódico no ha publicado en su integridad”. La noticia afirma que “Mediapro se ha convertido en un proveedor privilegiado de RTVE” y cita cuestiones como que RTVE había adquirido los derechos de la liga inglesa de fútbol a esa productora, o que Mediapro también produjo el programa “59 segundos”, hechos calificados por el solicitante como falsos.

Según el representante de la Corporación, RTVE mantiene una relación industrial y profesional con Mediapro, como gran grupo audiovisual que es, de igual manera que lo hacen “casi todos los operadores de televisión, incluido el propio Grupo Prisa-Sogecable”. Es “completamente falso” que RTVE haya adquirido los derechos de la liga inglesa, como “también es falso” la afirmación sobre “59 segundos”, que fue un programa producido en su momento por Globomedia y que la actual Dirección de TVE decidió convertirlo en un programa de producción propia. El solicitante, también se queja de que *El País* “se ha negado a publicar la carta de RTVE que advertía de estos datos falsos”, aunque reconoce que la publicación “ha incluido una rectificación de ocho líneas” pero que a su juicio “ignora gran parte de sus errores”.

Para la ponencia, la queja presentada por Radiotelevisión Española tiene como objeto revelar las inexactitudes o errores del hecho y no las interpretaciones de estos, lo que supone que se está en presencia de una noticia amparada por el derecho a la información. En esos casos, cuando se observen errores o inexactitudes, se considerará la figura jurídica del derecho de rectificación, que se puede producir espontáneamente o a petición de quien se sienta agraviado. La rectificación a instancia de parte ha sido configurada como un derecho subjetivo por nuestra legislación, y, por tanto, es un derecho que asiste a cualquier persona independientemente de que el error o

inexactitud sea por malicia, ignorancia o ligereza. Tal derecho está regulado en la Ley Orgánica 2/1984 y en ella se precisan los requisitos necesarios para ser ejercitado. Sin embargo, a la vista de la carta que RTVE dirigió a *El País* no se cumple con las exigencias legales que marca dicha ley. A pesar de que su texto aduce inexactitudes observadas en la información, parece contentarse con formular tales observaciones sin darles el alcance de una rectificación formal, ni se alude a tal derecho, que lo tenía, ni se incluye una petición expresa en ese sentido. Por tanto -viene a decir la ponencia- si no se pidió explícitamente la rectificación es que no se pretendió tal cosa. “En consecuencia, que *El País* no insertara el texto completo es correcto legalmente, aun cuando deontológicamente no pueda ser calificado como ejemplar a la luz del artículo 13 del Código Deontológico de la FAPE”.

A la vista de los razonamientos de la ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología acuerda **no admitir a trámite la solicitud de apertura de expediente** deontológico por no haber cumplido el reclamante los presupuestos del procedimiento exigidos por la Ley Orgánica 2/1984.

- **Resolución 2008/20 (6 de Marzo)** *Sobre valoración de conductas profesionales en relación con la publicación de una noticia que aún no se había producido por parte del periódico digital *Extraconfidencial.com*.*

D. Maurizio Carlotti, Consejero Delegado de Antena 3TV, solicita amparo a la Comisión de Quejas y Deontología sobre la actuación del periódico digital *Extraconfidencial.com* respecto a unos comentarios supuestamente recogidos en un acto público promovido por Antena 3 cuando éste todavía no se había realizado.

Acuerdo: Estimatorio al conculcarse los artículos 2 y 13 del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Interesante resolución que revela cómo un medio de comunicación es capaz de inventarse un hecho, en este caso un acto público, con el objeto de anticipar una noticia. Sin embargo, aunque la invención de datos, hechos o cualquier otro elemento que se utilice para completar una noticia es un grave “pecado” deontológico, es más frecuente de lo que podría pensarse. El contenido de esta resolución es una muestra de ello.

Extracto de la Resolución: Los hechos que se aluden en la Resolución tienen que ver con que dicha publicación digital, en un artículo titulado “Maurizio Carlotti, de fracaso en fracaso hacia la victoria fina” del día 13 de diciembre de 2007, recoge unas supuestas declaraciones de miembros de la empresa Antena 3 TV, aparentemente realizadas durante la tradicional “Copa de Navidad”, cuando el acto todavía no se había celebrado. La noticia trata sobre los malos resultados económicos de Antena 3 TV y su posible expulsión del IBEX 35 al no cumplir los requisitos de capitalización, negociación de títulos y volumen de negocio. “Tres parámetros que en el último año han convertido a Antena 3 en la peor empresa del IBEX”.

La ponencia considera que el artículo contiene una opinión crítica hacia el Consejero Delegado de Antena 3TV y que tras aludir a éste como un directivo sin apoyos dentro de la empresa y especular sobre un posible nuevo consejero, se señala: *Esto es lo que ayer, en la copa de Navidad que cada año celebra Antena 3 con periodistas en la terraza de José Luís, frente al Bernabeu, sorprendió a buena parte de los periodistas asistentes.* Sin embargo, lo anómalo de la información es que el artículo se publicó con fecha 13 de diciembre de 2007 y se refiere como un hecho pasado el día anterior en la copa de Navidad, cuando lo cierto es que, según denuncia el Sr. Carlotti, dicho acto (la copa de Navidad a la que

alude el *Extraconfidencial.com*) iba a tener lugar a las 20 horas del mismo día 13 de diciembre.

En sus alegaciones, el director de la publicación, D. Gregorio Fernández del Amo, no solo no lo niega, sino que incluso pretende justificar una actuación contraria a las más elementales normas del buen hacer periodístico con el argumento siguiente: *No voy a dar clases de periodismo pero ¿en cuántas ocasiones distintos medios de comunicación –incluidos los más prestigiosos- han avanzado el contenido y acuerdos de una reunión sin que ésta se haya celebrado?* En definitiva, a juicio del ponente, “el autor del artículo se ha inventado el momento de su noticia ubicándola en un encuentro de la empresa con periodistas que aún no se había producido y que se iba a celebrar al día siguiente”.

La invención de una noticia, continúa la resolución, es una grave falta de profesionalidad impropia de cualquier informador que infringe el más elemental principio de los recogidos en el Código Deontológico, que en su artículo 2 dice: “El primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad”; así como el artículo 13, que establece que el compromiso con la búsqueda de la verdad llevará siempre al periodista a informar sólo sobre hechos de los cuales conozca su origen, sin falsificar documentos ni omitir informaciones esenciales, así como no publicar material informativo falso, engañoso o deformado.

Por todo lo cual, la Comisión de Quejas y Deontología estima que el artículo publicado por *Extraconfidencia.com* **conculcan los artículos 2 y 13 del Código Deontológico de la FAPE.**

- **Resolución 2008/21 (6 de Marzo)** *Sobre la revelación de las fuentes de información por el director del semanario La Voz del Tajo.*

D. Pedro G. Díaz, Presidente Nacional de la Unión Profesional de Guardias Civiles, solicita apertura de expediente deontológico a D. Alberto Retama Beltrán, director del semanario *La Voz del Tajo*, por revelar la identidad de dos guardias civiles como fuentes de información.

Acuerdo: Estimatorio al vulnerar los artículos 5 y 7 del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Estamos ante un caso muy peculiar y peligroso que puede poner en tela de juicio la confianza de las fuentes periodísticas con los medios. El anonimato de las fuentes no sólo es un precepto deontológico, que lo es, sino que en el caso español está protegido como derecho fundamental dentro del artículo 20 de la Constitución Española (art.20.1.d). Es un derecho frente a los poderes públicos, que ampara al periodista a no revelar sus fuentes en aras del derecho a la información que tienen los ciudadanos. Ese mismo derecho a no ser identificado es lo que le da valor y confianza a las fuentes que no quieren desvelar su nombre. Pero, si eso se rompe, si se vulnera el anonimato de las fuentes, corremos el riesgo de que se quiebre la confianza de éstas con los medios y que la institución de la fuente periodística se desmorone en detrimento del derecho a informar, por no hablar de los graves perjuicios que se les puede ocasionar. Eso es lo que ha ocurrido con los hechos que se denuncian en esta Resolución, una revelación libre y voluntaria de las fuentes que les ha conllevado graves consecuencias laborales.

Extracto de la Resolución: Los hechos que se denuncian están relacionados con la publicación de una noticia titulada “La Guardia Civil de Toledo expide certificados de rádar falsos” en *La Voz del Tajo*. Dicha noticia tiene como fuentes a dos guardias civiles del Subsector de Tráfico de Talavera de la Reina, quienes le facilitaron al director del semanario unos certificados de rádar falsos al objeto de apoyar la información publicada. Como consecuencia de la revelación de sus nombres la Guardia Civil les abrió un expediente disciplinario por causa grave, “lo que puede llevar aparejada la suspensión de empleo y sueldo e incluso la expulsión del Cuerpo”, advierte el solicitante en su escrito.

Por la cronología y los datos de los hechos que aparecen en la Resolución, apoyados por los documentos entregados tanto por el demandante como por el demandado, se desprende que el director de *La Voz del Tajo* desveló voluntaria y libremente el nombre de una de las fuentes y las características de la otra, fácilmente identificable, en un encuentro privado con el Capitán de la Compañía de la Guardia Civil de Talavera de la Reina días después de publicada la noticia en su medio. Como consecuencia de esta revelación, se inicia la apertura de un expediente disciplinario contra los guardias civiles que ejercieron como fuentes. En la misma, también queda claro que el director de la publicación realizó esta revelación sin que hubiese ninguna demanda oficial por parte de la Dirección General de la Guardia Civil, tal como sostiene en sus alegaciones, porque lo hace con anterioridad a ser citado oficialmente (la revelación de las fuentes se produce a finales de marzo y la citación oficial es de fecha 29 de mayo, momento en que el director del periódico reconoce y ratifica la revelación de las fuentes en su encuentro con el citado Capitán en el mes de marzo).

Para el ponente, en relación con la responsabilidad del director del periódico de acuerdo con el artículo 10 del Código Deontológico de la FAPE, en que se basa el demandante, el periodista tiene el derecho y el deber de

garantizar la confidencialidad de sus fuentes y su anonimato cuando se haya solicitado por las fuentes, cuestión que no consta en los hechos analizados y, por tanto, no vulnera directamente el derecho y el deber del periodista a la confidencialidad de sus fuentes. Sin embargo, en este caso dicha revelación tampoco puede considerarse necesaria ni imprescindible por las exigencias de la veracidad de los hechos, y, por otra parte, dado lo innecesario del descubrimiento de las fuentes hay que tener en consideración la posibilidad de daños y perjuicios innecesario a las mismas.

En conclusión, a la vista de los hechos, se entiende que si bien el director de *La Voz del Tajo* no vulneró directamente el artículo 10 del Código Deontológico de la FAPE, al no constar solicitud de anonimato de sus fuentes, efectuó, sin embargo, la revelación de las mismas “sin base en argumentos periodísticos que lo justifiquen y que no era necesaria ni imprescindible para la veracidad de la información que es la exigencia más importante de los deberes deontológicos del periodista. Por tanto, una vez que no es necesaria dicha justificación, **habrá que estar a lo dispuesto en el artículo 5:** “el periodista debe asumir el principio de evitar al máximo las posibles consecuencias dañosas derivadas del cumplimiento de sus deberes informativos”, **así como lo indicado en el artículo 7:** “el periodista extremará su celo profesional en el respeto al derecho a los más débiles”. Pues hay que considerar que en relación con los guardias civiles afectados, el descubrimiento innecesario de sus nombres les ha podido causar daños y perjuicios como fuentes y personas informantes. Por otra parte, el desvelar de forma innecesaria las fuentes va en contra de los principios de la buena práctica del periodismo y puede disuadir en el futuro a posibles informantes, tan necesarios para llevar a efecto el derecho a la información de los ciudadanos.

- **Resolución 2008/22 (6 de Marzo)** *Sobre el compromiso ético a la verdad, en relación con un reportaje emitido por Telemadrid.*

El Comité de Empresa de Televisión Autonomía de Madrid, S.A. solicita a la Comisión de Quejas y Deontología apertura de expediente deontológico a Telemadrid por la emisión de un reportaje grabado con cámara oculta emitido en los informativos del 14 de enero de 2008.

Acuerdo: Estimatorio al conculcar los artículos 2 y 13.c del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Esta Resolución evidencia un tema bastante polémico en cuanto a la consecución de imágenes e información a través de cámara oculta. Pero también desvela los montajes periodísticos para hacer creer a la audiencia que la información se ha conseguido de incógnito, cuando en realidad ha precisado de la ayudada y colaboración de terceros. Y además, se vende como reportaje de actualidad, con cámara oculta, lo que en verdad no es más que una recreación de hechos que sucedieron en el pasado. Por otro lado, también estima la legitimidad de quien formula la demanda, a pesar del escrito de oposición presentado por Telemadrid a este respecto.

Extracto de la Resolución: Antes de entrar sobre el fondo de la cuestión, el Ponente rechaza las alegaciones del demandado en la que cuestiona la legitimidad del Comité de Empresa como parte legitimada para solicitar la apertura de expediente deontológico sobre Telemadrid, en base a lo dispuesto en el Reglamento de la Comisión de Quejas, en el sentido de que ésta sólo puede actuar sobre conductas de periodistas, “pero ello no le otorga competencia alguna para actuar, enjuiciar y resolver sobre decisiones empresariales (...) como se indica en el escrito de los solicitantes: ‘no se trata

de juzgar conductas individuales de compañeros en el ejercicio de la profesión, sino de juzgar una decisión empresarial”, advierte en su escrito. Sin embargo, en este caso, para el Ponente, la legitimación “surge del simple hecho de considerarse afectado por la conducta de periodistas que infringen las normas deontológicas de la profesión”²⁵⁶. Y destaca que no es labor de la Comisión enjuiciar decisiones empresariales, sino conductas de periodistas en el ejercicio de su profesión, con independencia de que “sea consecuencia de una orden empresarial o de la propia iniciativa del periodista”.

Los hechos que se denuncian tratan de la emisión de un reportaje que se grabó con cámara oculta en el aeropuerto de Barajas y cuyo tema era “un supuesto ‘coladero’ de inmigrantes en ese aeropuerto”. En el mismo colaboraron activamente un policía de uniforme y un dirigente del sindicato policial CEP, tal como aparecen grabados en las cámaras de seguridad del aeropuerto. Este dato, según los solicitantes, fue ocultado al espectador de Telemadrid para hacer creer que la reportera “se colaba sin ayuda”.

Una vez analizadas las pruebas, consistentes en el reportaje objeto de la denuncia, así como las grabaciones de las cámaras de seguridad del aeropuerto, y tenido en cuenta las alegaciones presentadas por Telemadrid, se desprende el siguiente relato de los hechos. El pasado 31 de enero de 2008 la agencia EFE recoge unas declaraciones del Comisario Jefe del aeropuerto de Barajas, donde reconoce que en el mes de julio de 2007 se desarticuló una red que introducía ilegales en España a través del aeropuerto de Barajas eludiendo los controles policiales. En la operación se detuvieron a 13 personas, 3 de ellas empleados del aeropuerto, además de la incautación de una carta que las mafias facilitaban a los viajeros, principalmente colombianos, con el recorrido que debían efectuar en la Terminal 4 para eludir el control de pasaportes.

Como la operación policial se hizo pública en su momento y tanto la cadena autonómica como la redactora han admitido que la conocían, se

²⁵⁶ Sin embargo, en otro supuesto y con los mismos demandantes, la falta de legitimación será causa de inadmisión de la demanda, es el caso de la Resolución 2011/57.

deduce que Telemadrid “ha alterado el significado de las imágenes por cuanto la situación es una ‘recreación’ de algo que pasaba hasta el mes de julio de 2007, pero no es una situación real que se diera en el momento en que se grabó el reportaje”. Por otro lado, continúa el ponente, a pesar de que el reportaje se grabó el 18 de diciembre de 2007 y no se emitió hasta el 14 de enero de 2008, sin embargo tanto el presentador de los informativos como la periodista que firma el reportaje, usan el presente de indicativo “se cuelan”, al mismo tiempo que ocultan que la policía había puesto fin a esta situación el pasado mes de julio. Por tanto, “se conculca claramente el artículo 2 del Código Deontológico: “El primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad”.

Sobre la cuestión a la que se hace referencia en la solicitud sobre la colaboración expresa y activa de un policía de uniforme y un dirigente del sindicato policial CEP, cuyas imágenes fueron grabadas por las cámaras de seguridad del aeropuerto y publicadas sus fotos en *El País*, y la intención de ocultar dicha colaboración a los espectadores de Telemadrid para hacer creer que la reportera “se colaba sin ayuda”, se deduce que efectivamente la reportera fue escoltada por personas que le facilitaron la apertura de la puerta de seguridad que da acceso a la salida del aeropuerto (lugar por donde se “colaban” los inmigrantes de forma ilegal) mediante una tarjeta de identificación. En este caso, a juicio del ponente, se producen dos tergiversaciones de la realidad: la primera, es que la reportera no iba sola ni abrió la puerta por sus propios medios; y la segunda, que, según el reportaje, la “hoja de ruta” para llegar a la puerta de salida del aeropuerto la proporcionaba una mujer del servicio de limpieza, cuando según la policía dichas hojas las facilitaban las propias mafias que introducían a los ilegales. Finalmente, el reportaje también omite que la citada puerta actualmente está vigilada por una cámara de seguridad de AENA. Por tanto, “de nuevo se conculca reiteradamente el artículo 2 del Código Deontológico.

Por otra parte, la Resolución también destaca que al día siguiente de la emisión del reportaje, el mismo presentador de Telemadrid retomaba la “exclusiva” pero esta vez hablando del hecho en pasado (“los ilegales se colaban”, ya no dice “se cuelan” como el día anterior) y manifestando que “la policía nos confirma que existió el coladero pero que ya está arreglado”. El hecho de que al día siguiente Telemadrid se apresurara a dar una noticia en que la policía desmentía su reportaje del día anterior, podría dar a entender que hubo una rectificación del mismo. Al respecto, el artículo 13.b del Código Deontológico dice: “Advertida la difusión de material falso, engañoso o deformado, estará obligado a corregir el error sufrido con toda rapidez y con el mismo despliegue tipográfico y/o audiovisual empleado para su difusión. Asimismo difundirá a través de su medio una disculpa cuando así proceda”. Sin embargo, si se tiene en cuenta que la “exclusiva” del reportaje dura 5 minutos y el presentador de Telemadrid emplea, al día siguiente, exactamente 17 segundos en dar tan sólo la noticia de una información recibida de la policía, sin admitir en ningún momento que el reportaje ofrecido era un montaje o presentara disculpas por ello, se desprende que no hubo ánimo de rectificar y, por tanto, se conculca el apartado b del artículo 13 del Código Deontológico.

A la vista de los razonamientos expuestos, la Comisión de Quejas y Deontología entiende que el autor y los responsables de la emisión del reportaje de Telemadrid, **conculcan repetidamente el artículo 2 y también el apartado c del artículo 13** del Código Deontológico de la FAPE.

- **Resolución 2008/23 (no consta fecha²⁵⁷)** *Sobre la publicación de material falso, engañoso o deformado y el uso de medios solapados para obtener una información.*

D^a. Carla Faubel, en representación de la empresa Dorsia Clínicas de Estética, solicita a la Comisión de Quejas y Deontología apertura de expediente deontológico a Telecinco, por el reportaje emitido en 3 de abril de 2008 en su informativo de mediodía.

Acuerdo: Estimatoria al considerar que se vulneran los artículos 13 y 14 del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Resolución que trata de un caso de engaño y manipulación intencionada en el montaje de un reportaje televisivo, donde se aprovecha el contenido grabado sobre un tema pactado y se solapa a una noticia luctuosa que nada tiene que ver con el tema anterior. En este caso, además de conculcar claramente los preceptos deontológicos sobre la praxis periodística, se ha engañado la buena fe de quien se presta a facilitar la información solicitada por el medio. Pero, además, al mezclar declaraciones e imágenes de una clínica de estética, con la muerte de una persona tras realizarse una liposucción, puede originar un grave perjuicio tanto para el médico como para la empresa que aparecen en la grabación al verse mezclados con un asunto que podría desprestigiarlos y dañar propia su imagen.

²⁵⁷ En la resolución no consta la fecha de la misma, no obstante dicho documento tuvo que aprobarse entre agosto y noviembre de 2008, puesto que entre las pruebas aportadas por las partes consta una con fecha 24 de julio de 2008 y la siguiente resolución aprobada está fechada en el mes de noviembre.

Extracto de la Resolución: Los hechos que se denuncian tiene que ver con la emisión de un reportaje sobre cirugía estética cuyo contenido y lugar difiere sobre el que se realiza la grabación. Se aprovechan las declaraciones y las imágenes de la Clínica Dorsia para solaparlo a una noticia sobre el fallecimiento de una paciente tras someterse a una liposucción en otro centro estético que no guarda relación con el anterior. Según relata la solicitante, a finales de marzo de 2008 la productora Atlas Andalucía se puso en contacto con la dirección de Dorsia Clínicas de Estética con el objeto de tomar declaraciones a algún médico o responsable sobre el aumento de personas que solicitan operaciones de estética coincidiendo con la llegada del verano. Al respecto envió un cuestionario con 20 preguntas acordadas previamente. Sin embargo, en día en que se iba a realizar la grabación, la redactora añadió una pregunta más sobre “los riesgos de la cirugía y del post-operatio”.

Una vez visionada la noticia el día de su emisión, los responsables se dieron cuenta de que en el informativo de Telecinco solamente se utilizó el contenido de la pregunta 21 (la pregunta añadida a última hora) y que se solapa a la noticia sobre la muerte de una paciente dos días antes en una clínica que nada tiene que ver con Clínicas Dorsia, además de presentar a la doctora Ristori como cirujana de Dorsia, cuando en realidad es médico especialista en medicina laboral. A pesar de que la Clínica Dorsia puso los hechos en conocimiento del director del informativo de Telecinco, Pedro Piqueras, con el fin de que se pudiera rectificar la información y reparar el daño causado, no se obtuvo respuesta alguna.

De los datos aportados se desprende, según el ponente, “que se pueden dar por ciertos los siguientes hechos: que se emitió material engañoso, al solapar una información de un determinado suceso (la muerte de una paciente operada de liposucción) en la Clínica Doctor Pascual de Málaga, con un reportaje realizado en otro centro de la misma ciudad, en este caso Dorsia Clínicas de Estética, pero que no tiene relación alguna con la clínica donde

tuvo lugar el luctuoso suceso”. También se estima “que hubo intención de engañar al pedir y negociar un cuestionario previo a la realización del reportaje de 20 preguntas y hacer una pregunta final añadida (la 21)”. Prueba de esa intención de engaño se constata en que el vídeo emitido por Telecinco sólo aprovecha el corte de la pregunta 21, usado como background de la muerte, dos días antes, de una paciente por liposucción en otra clínica de Málaga a la que no se atrevieron a ir a hacer el reportaje. Además -concluye el ponente- para dar mayor credibilidad al engaño, “presentaron a la doctora Ristori de Clínicas Dorsia, que respondió al cuestionario, como cirujana en el subtítulo cuando, en realidad, es médico especialista en medicina laboral.

Como consecuencia de las pruebas analizadas, la Comisión de Quejas y Deontología entiende que el reportaje denunciado **conculca los artículos 13 y 14** del Código Deontológico de la FAPE²⁵⁸.

- **Informe/Resolución 2008/24 (Noviembre)**²⁵⁹ *Recomendaciones acerca del tratamiento informativo de las situaciones catastróficas.*

Dentro de las funciones que tiene encomendadas la Comisión de Quejas y Deontología esta la de informar y dictaminar sobre cuestiones de deontología profesional periodística que le sean remitidas por la Junta Directiva de la FAPE, por su iniciativa o a solicitud de cualquier asociación federada (Art.3.1 del Reglamento de la Comisión). En este Informe/Resolución, todo parece indicar que haya sido elaborado a iniciativa propia de la Comisión, ya que en el mismo no se refleja quién lo solicita.

²⁵⁸ Art. 13: “El compromiso con la búsqueda de la verdad llevará siempre al periodista a informar sólo sobre hechos de los cuales conozca su origen, sin falsificar documentos ni omitir informaciones esenciales, así como no publicar material informativo falso, engañoso o deformado”. Y art. 14: “En el desempeño de sus obligaciones profesionales, el periodista deberá utilizar métodos dignos para obtener la información, lo que excluye los procedimientos ilícitos”

²⁵⁹ En la Resolución no se indica el día del mes.

Acuerdo: No consta

Comentario personal: En este caso lo que aparece son unas recomendaciones a la hora de informar sobre catástrofes en general, bien sean naturales o provocadas por el hombre, para que el derecho a la información no vulnere el derecho a la intimidad e imagen de las personas afectadas. Lo que la Comisión pretende con este Informe/Resolución es aclarar el artículo 4 del Código Deontológico de la FAPE, acerca de cómo debe ser la actitud profesional de los periodistas en el tratamiento de asuntos que tienen que ver con situaciones catastróficas o con desastres naturales, así como definir la indicación que aparece en el apartado 4.b²⁶⁰, respecto a que el periodista evitará la intromisión gratuita y las especulaciones innecesarias sobre sus sentimientos y circunstancias.

Extracto del Informe/Resolución: Según se recoge en el texto del informe, a la hora de informar sobre este tipo de sucesos, el problema que puede presentarse es cuando el periodista debe decidir hasta dónde puede llegar la posible intromisión justificada o la especulación profesionalmente necesaria para que se mantenga debidamente atendido “el derecho de los ciudadanos a estar informados”, derecho recogido en el artículo 20.1.d de la Constitución.

Tanto el Código Deontológico de la FAPE como el del Colegio de Periodistas de Cataluña son restrictivos en cuanto a las intromisiones gratuitas y las especulaciones innecesarias. Por su parte, el artículo 33 del Código Deontológico Europeo hace referencia a la actuación profesional de los informadores en situaciones de conflictos y casos de protección especial. Los valores que enuncia dicho artículo como objetivos que deben ser protegidos por los medios de comunicación (democracia, dignidad humana, uso de

²⁶⁰ Art. 4.b: “En el tratamiento informativo de los asuntos en que medien elementos de dolor o aflicción en las personas afectadas, el periodista evitará la intromisión gratuita y las especulaciones innecesarias sobre sus sentimientos y circunstancias”.

métodos pacíficos, etc.) pueden servir como instrumento interpretativo para delimitar el campo de aplicación del criterio restrictivo del derecho a la información, de modo coincidente con los dos códigos españoles. Por otro lado, en la reunión internacional sobre “Medios de comunicación, información científica y desastres”, organizada por la ONU en Yokohama, en mayo de 1994, se llegó a la conclusión de que “las informaciones oportunas, exactas y fiables hacia los riesgos naturales han demostrado ser instrumentos efectivos para salvar vidas humanas, reducir el daño en los bienes y aumentar el conocimiento del público. Estas informaciones pueden educar, avisar, informar y capacitar a los ciudadanos para aumentar su autoprotección ante los peligros naturales”.

Es decir, se formula de modo positivo una obligación moral para los profesionales y los medios. Recomendación que puede servir como criterio interpretativo complementario del enfoque, también positivo, enunciado por el Código Deontológico Europeo. A saber: además de defender los valores de la democracia, el respeto a la dignidad humana y el uso de métodos pacíficos y tolerantes, los medios de comunicación también tienen la obligación moral de educar a los públicos sobre los desastres, avisar de los peligros y alertar sobre los sistemas de prevención y respuesta ante los desastres.

A la vista de los textos examinados, la Comisión formula las siguientes recomendaciones operativas en relación a los dos supuestos recogidos en el artículo 4 del Código de la FAPE (respecto a la intromisión gratuita y las especulaciones innecesarias). Son recomendaciones que buscan reducir en lo posible el indudable grado de ambigüedad que arrastra el citado artículo 4.

Sobre las restricciones relacionadas con las intromisiones gratuitas: es prácticamente imposible indicar dónde empieza para el periodista la intromisión gratuita. En estas situaciones no queda otro remedio que remitirse al buen hacer profesional y la delicadeza espiritual del reportero para decidir cuándo hay que poner fin a las preguntas. En el buen hacer profesional hay

hasta tres ingredientes distintos: sentido común, sensibilidad moral y capacidad para la compasión con la persona que sufre. Ingredientes que son más el resultado de la madurez humana del periodista que el efecto derivado de unas normas deontológicas.

Sobre las restricciones relacionadas con las especulaciones innecesarias: la normativa internacional ofrece unos parámetros útiles y bastante claros para delimitar las fronteras entre el derecho a la información y los posibles abusos de este derecho en situaciones de catástrofes. Deben considerarse como especulaciones innecesarias aquellos relatos o comentarios que supongan una amenaza contra los valores de la democracia, el respeto a la dignidad humana o la propuesta de solución a los problemas mediante métodos violentos o intolerantes.

Y sobre las actuaciones positivas al servicio de la sociedad: además de las posibles restricciones excepcionales del derecho a la información, las situaciones catastróficas o de desastres naturales pueden servir también para que los profesionales y los propietarios recuerden que los medios de comunicación tienen encomendada una destacada función social. Los medios “deben valorar la adecuación de sus informaciones sobre los desastres y sobre las actuaciones preventivas, y, cuando sea apropiado, a trabajar con las instituciones encargadas de la respuesta para mejorar la calidad, exactitud y adecuación de estas informaciones” (recomendación extraída de la reunión internacional de Yokohama, 1994).

13.5. Resoluciones año 2009 (2009/25 a 2009/37)

- **Resolución 2009/25 (4 de Marzo)** *Sobre el tratamiento de las cartas dirigidas a los medios y las respuestas a las mismas.*

D. Pablo Delgado Escolar solicita a la Comisión de Quejas y Deontología apertura de expediente deontológico al director de la publicación digital *Distrito 21* por infracción de las normas 2 y 7 (apartados a y c) del Código Deontológico de la FAPE.

Acuerdo: Desestimatorio por no existir vulneración del Código Deontológico.

Comentario personal: No siempre todas las quejas que se reciben están fundamentadas en criterios deontológicos. En este caso, el ponente deja claro que los argumentos que se expresan como infracciones del Código Deontológico no deben considerarse más que una polémica periodística entre el lector y el medio. Pues la controversia viene dada por un cruce de artículos entre el solicitante y el director de la publicación.

Extracto de la Resolución: Los hechos que el solicitante presenta no están muy definidos en el informe de la Resolución. No obstante, parece ser que se refieren a una disputa dialéctica y/o semántica, así como una disparidad de criterios entre el director del digital *Distrito 21* y el Sr. Delgado Escolar. Según la ponencia, al denunciante le preocupa “la intencionalidad que se puede deducir del contenido de las respuestas que recibe a través de *Distrito 21*”. De ahí nace la fundamentación de su queja. (Al parecer el Sr. Delgado Escolar remite Cartas al Director que son publicadas y que, además, son posteriormente contestadas por la publicación. La intencionalidad del

contenido de estas respuestas es lo que el solicitante considera infracción deontológica).

El ponente deja claro que sobre “juicios de intenciones” (como así lo define el denunciante) la Comisión no puede manifestarse puesto que no son supuestos que le competen dilucidar. En cuanto a los elementos esenciales, y una vez cotejados los sucesivos escritos cruzados entre el reclamante y el reclamado, no se aprecia infracción del artículo 2⁶¹ del Código, al comprobar que existe veracidad sustantiva de los hechos objeto de la queja. Tampoco la crítica que pudiera producirse en los distintos escritos de respuesta cabe entenderla como “un tratamiento despectivo” hacia las opiniones y/o actitudes del Sr. Delgado Escolar, por lo que no existe vulneración del artículo 7 del Código, como tampoco se aprecia sobre el apartado c del artículo 7, puesto que se tratan de críticas que se expresan con mayor o menor fortuna y que, además, no son de mayor tono de las que expresa el propio autor de la denuncia. Y en general, tampoco existen elementos que puedan calificarse de vejatorios o lesivos para quien promueve la queja.

Por todo lo anterior, la Comisión de Quejas y Deontología acuerda **rechazar la solicitud** por carecer de la necesaria entidad deontológica.

- **Resolución 2009/26 (4 de Marzo)** *Sobre la observancia de cuidado y diligencia en informaciones dirigidas a los menores.*

El Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a la revista *Bratz* por la publicación de un artículo en la sección “Hechizos de amor” de su número 36.

²⁶¹ Art. 2: “El primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad”

Acuerdo: Estimatorio por infracción del artículo 4 del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Espinoso tema en que se conculca la especial protección constitucional y deontológica de los menores, sobre todo cuando se trata, además, de una publicación dirigida a este tipo de público. Sin embargo, a pesar del reconocimiento expreso del error por parte de la dirección de la revista, la Comisión no ha querido despachar el asunto sin una extensa argumentación sobre los límites que la libertad de expresión puede tener en determinados supuestos, entre ellos, evidentemente, cuando se trata de asuntos que afectan a la infancia y la juventud.

Extracto de la Resolución: Por parte del Defensor del Menor de Madrid se traslada la queja de la madre de una menor sobre un artículo aparecido en la revista *Bratz*, publicación dirigida al público infantil y juvenil. El mismo aparece en la sección “Hechizos de amor” y bajo el título “Para ese chico que no te corresponde” indica lo siguiente: “Coloca tres pétalos de rosas rojas dentro de un vaso de vino blanco. Bébetelo de un trago y, al finalizar, pronuncia su nombre tres veces en voz alta. La próxima vez que te vea se enamorará perdidamente de tí”. Queda claro, por tanto, que la revista, dirigida fundamentalmente a menores de edad, contiene un artículo que les invita al consumo de bebidas alcohólicas. Supuesto que conculca el artículo 4.c del Código Deontológico de la FAPE: “Se prestará especial atención al tratamiento de asuntos que afecten a la infancia y la juventud”, además de la Ley de la Comunidad de Madrid 5/2002, de 27 de junio, sobre Drogodependencia y otros Trastornos Adictivos.²⁶²

No obstante, a pesar de que la dirección de la publicación ha reconocido la existencia del error, cuyo efecto lo considera negativo y

²⁶² Esta ley dispone que no deberá asociarse el consumo de alcohol al éxito social y sexual, ni sugerir que tiene propiedades terapéuticas o un efecto estimulante o sedante o constituye un medio de resolver conflictos.

preocupante por incitar a las niñas al beber alcohol, y ha mostrado una actitud autocrítica y el propósito de aumentar los controles para que en el futuro no vuelva a suceder algo parecido, ello no cancela el deber de la Comisión de entrar a considerar la situación, tanto en su conjunto como en su pormenor, dada la transcendencia de los bienes y derechos jurídicamente protegidos.

El presente es un caso de libertad de expresión, puesto que el contenido de la publicación “ni tiene ni pretende tener alcance informativo; sino que se trata de una explosión imaginativa y que entronca con una cierta moda por lo ‘mágico’, que por sí mismo no tiene nada de reprochable”. Siendo la libertad de expresión un derecho fundamental y además esencial en un Estado democrático, también es cierto que su ejercicio puede estar sometido a restricciones legales. La protección de la juventud y de la infancia aparece como límite en el artículo 20 de la C.E., al recoger en su apartado 4 que “estas libertades tienen su límite en el respeto a los derechos reconocidos en este Título, en los preceptos de las Leyes que lo desarrollan y especialmente en el derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen y a la protección de la juventud y de la infancia”. En definitiva, la libertad de expresión aparece delimitada por la entrada en juego de otros bienes constitucionalmente tutelados, entre los que se encuentra la protección de la juventud y la infancia. Pero además, en el caso que nos ocupa, no sólo nos encontramos con la genérica referencia constitucional, también con la expresa limitación legal a través de la Ley de la Comunidad de Madrid 5/2002, de 27 de junio, de Drogodependencias y otros Trastornos Adictivos. Y en sentido estrictamente deontológico, el contenido del texto publicado choca con lo dispuesto en el Código Deontológico de la FAPE, que recoge la especial vulnerabilidad de los menores al señalar en su artículo 4.d: “Se prestará especial atención al tratamiento de asuntos que afecten a la infancia y a la juventud”.

Teniendo en cuenta todas estas consideraciones, parece que la publicación merece un reproche por no haber calibrado la inserción del texto

con suficiente cuidado y diligencia para evitar su impacto negativo en el público tan vulnerable al que va dirigida la revista, niños y jóvenes.

Por tanto, la Comisión de Quejas y Deontología entiende que el texto publicado en la revista *Bretz* en su número 36 constituye una **infracción del artículo 4.d** del Código Deontológico de la FAPE.

- **Resolución 2009/27 (4 de Marzo)** *Sobre la difusión de información falsa.*

D. Ramón Calderón, Presidente del Real Madrid, solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al diario *El Mundo* y a los periodistas Carlos Carbajosa y Jesús Alcaide por la información publicada en la edición de 30 de octubre de 2008 y en la web *el mundo.es*.

Acuerdo: Estimatorio por infringir los artículos 2, 13 y 13.a del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: La presente Resolución destaca el error cometido de dar por buena una información aparecida en otro medio sin haber contrastado su veracidad. Así les ocurrió a los periodistas de *El Mundo*, al hacer suya una noticia revelada en el programa deportivo “El Tirachinas” de la COPE, y que tras comprobarse la información con las fuentes se evidencia la falsedad de los datos y, por tanto, de la noticia. A ello, además, se le añade como agravante el hecho de que el propio protagonista de la noticia advirtió a los redactores de que la información de la COPE era falsa y aún así optaron por publicarla.

Extracto de la Resolución: La información a la que se refiere el solicitante afirma que el Presidente del Real Madrid, Ramón Calderón, paga gastos personales propios con tarjetas de crédito con cargo al club. La noticia publicada lleva como titular “Calderón paga con una tarjeta del club, ‘spa’, golf y veterinario”, y añade los siguientes subtítulos: “La utiliza desde el verano de 2006, justo a partir de su elección” y “Cargó hasta una consumición de 11 euros en un local de copas”. Además, en la información se incluyen dos extractos bancarios cuyos pies de fotos dice: “Estos son algunos extractos de la tarjeta de crédito del Banco Gallego utilizada por Ramón Calderón y de otra de Banesto”. En la web *elmundo.com* se reprodujo la misma información y según consta en la resolución, el mismo día 30 de octubre, tras ejercer el derecho de rectificación por parte del solicitante, la edición digital quitó de su web tanto la información como los extractos.

Para el ponente, la información difundida por *El Mundo*, firmada por Carlos Carbajosa y Jesús Alcaide, y que también aparece en su web, recoge a su vez una denuncia realizada en el programa “El Tirachinas” de la Cadena COPE contra el uso por parte de D. Ramón Calderón de una tarjeta Visa del Real Madrid para gastos privados. Ambas informaciones se basan en dos extractos bancarios, uno del Banco Gallego y otro de Banesto. Sin embargo, según los certificados aportados por ambas entidades financieras se niega la existencia de dichas tarjetas de crédito vinculadas al Real Madrid. Asimismo, tanto el Director General Ejecutivo del Real Madrid, como el Subdirector General Económico, certifican que ninguno de los gastos incluidos en dichos extractos han sido cargados al club de fútbol, ni pagados por esa entidad.

Parece claro, por tanto, que los extractos bancarios no pertenecen a D. Ramón Calderón y “en absoluto justifican la denuncia de *El Mundo* de que Calderón pague con una tarjeta del Real Madrid gastos personales”. La ponencia cree que los firmantes Carlos Carbajosa y Jesús Alcaide no contrastaron suficientemente la información publicada por *El Mundo* y

repetieron la denuncia realizada anteriormente por la Cadena COPE. Hecho que se agrava ante la afirmación del propio Ramón Calderón de que ya les había advertido de que tal información era falsa.

A la vista de los razonamientos expuestos, la Comisión de Quejas y Deontología entiende que D. Carlos Carbajosas y D. Jesús Alcaide **han infringido los siguientes artículos** del Código Deontológico de la FAPE: **el artículo 2:** sobre el respeto a la verdad; **el artículo 13:** sobre el deber de informar sin falsificar documentos ni publicar material informativo falso; **y el artículo 13.a:** sobre el deber de contrastar las fuentes y dar la oportunidad a la persona afectada de ofrecer su propia versión de los hechos. Y se hace extensible estas infracciones al diario *El Mundo*, responsable directo, también, de la web *elmundo.es*.

- **Resolución 2009/28 (4 de Marzo)** *Sobre la veracidad de las informaciones y el uso de expresiones que pudieran considerarse ofensivas.*

El partido político Ciutadans-Partido de la Ciudadanía solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a los diarios *Público*, en su edición de Cataluña, y *El Periódico de Catalunya*, así como al redactor de *Público* Ferran Casas i Manresa, por las informaciones publicadas el 29 de septiembre de 2008 sobre la manifestación convocada por Ciutadans contra la política lingüística en Cataluña.

Acuerdo: Estimatorio para el diario *Público* por infringir los artículos 2 y 13 del Código Deontológico de la FAPE. Desestimatorio para el resto, *El Periódico de Catalunya* y Ferran Casas i Manresa, al no vulnerar ningún precepto deontológico.

Comentario personal: Esta Resolución recoge la diferencia de criterios entre quien convoca un acto, en este caso un partido político, y quien cubre la información. Al típico baile de cifras sobre los asistentes a la convocatoria, se le suman otras cuestiones que no tienen consecuencias deontológicas excepto en el número de padres que solicitan enseñanza en castellano para sus hijos. En ese caso, la Comisión reconoce que a pesar de que el periodista tenía la facilidad de conocer el dato exacto, publicó otro distinto inferior al real, lo que demuestra que faltó conscientemente a la verdad y, por tanto, vulneró el primer compromiso ético del periodista que es el respeto a la verdad.

Extracto de la Resolución: La Resolución recoge distintas cuestiones planteadas por los solicitantes, calificadas como infracciones deontológicas, respecto de la información publicada sobre el acto promovido por Ciutadans contra la política lingüística de la Generalitat de Cataluña. En ella se expresa que los datos publicados respecto al número de manifestantes que asistieron al acto, así como el de padres que han solicitado la enseñanza de sus hijos en castellano no son correctos y difieren bastante de la realidad. También denuncian que el periodista Ferràn Casas, que cubrió la noticia para *Público*, emite juicios valorativos en la información que presenta, con frases despectivas hacia el partido convocante y las personas asistentes.

Sobre la cuestión del número de personas que asistieron a la manifestación (*Público* lo cifro en 3.000 personas, *El Periódico* en 2.000, la Guardia Urbana, en 4.000 y los organizadores, en 8.000), el ponente reconoce que dada la complejidad para comprobar con exactitud el número de asistentes y ante la ausencia de elementos de prueba, estima que no existe base para calificar de contrarias a la verdad las informaciones de los diarios *Público* y *El Periódico*.

En cuanto a la información relativa al número de padres que han pedido la enseñanza vehicular en castellano para sus hijos y que el redactor de

Público informa de que son “menos de una decena”, se comprueba que en las alegaciones hechas por el periodista que firma la noticia, éste reconoce que el número de solicitantes en el último curso fue de 23, dato que extrae de un artículo publicado por el profesor Joan Garl en *Público*, el 27 de junio de 2008. Afirmar en un periódico que los padres que solicitaron la enseñanza en castellano para sus hijos no llegaban a una decena, cuando en realidad fueron veintitrés, y que, además, conociese ese dato por un artículo del propio periódico en el que trabaja, publicado tres meses antes de la información cuya veracidad se discute, “supone faltar conscientemente a la verdad, pues veintitrés es más del doble y puede llegar al triple de ese número *de menos de una decena* mencionado por el redactor en la información controvertida”. Y aunque el número real de padres -continúa la ponencia- sea reducido, el sustituir en una información periodística un dato numérico exacto, perfectamente conocido por el periodista, por otro menor, disconforme con la realidad, “constituye una clara infracción, aunque sea poco relevante, del principio ético de respeto a la verdad exigidos por los artículos 2 y 13 del Código Deontológico, el segundo de los cuales impone al periodista la obligación de abstenerse de publicar *material informativo falso, engañoso o deformado*”, concluye.

Y respecto a las valoraciones y opiniones personales del redactor en el artículo de *Público* que informaba sobre la manifestación, no se aprecia que su contenido exceda el de una información, y que las opiniones personales del periodista Ferràn Casas están expuestas en un artículo de opinión claramente diferenciado del texto informativo; y en cuanto al tono ofensivo que Ciutadans estima en la publicación de *Público* con frases como “partido españolista” o “elenco de manifesto/adictos rojigualdos”, tampoco se aprecia un tono despectivo u ofensivo que pueda conculcar precepto deontológico discriminatorio.

Por todo lo expuesto, la Comisión establece las siguientes conclusiones:

Primera.- Que la información aparecida en el diario *Público* respecto del número de padres que reclaman en Cataluña en ese año la enseñanza vehicular en castellano para sus hijos era de “menos de una decena” falta a la verdad y constituye una infracción de los artículos 2 y 13 del Código Deontológico de la FAPE.

Segundo.- Los hechos restantes alegados por Ciutadans-Partido de la Ciudadanía, o no han sido probados o no infringen ninguno de los principios del Código Deontológico.

En consecuencia, la Comisión de Quejas y Deontología entiende que el artículo publicado en *Público* con fecha 29 de septiembre de 2008, bajo el título “El PP y Ciudadanos pinchan y solo reúnen a tres mil personas contra la escuela en catalán” **infringe los principios 2 y 13 del Código Deontológico** de la FAPE.

- **Resolución 2009/29 (4 de Marzo)** *Sobre la difusión de información falsa.*

D. Ramón Calderón Ramos, Presidente del Real Madrid, solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a D. José Antonio Abellán y a la Cadena COPE por las informaciones difundidas en el programa deportivo “El Tirachinas” en la noche del 29 de octubre de 2008 y publicadas en la web cope.es.

Acuerdo: Estimatorio por infringir los artículos 2, 13.a y 13.b del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Estamos ante la continuación del caso tratado en la Resolución 2009/27, de 4 de marzo, sobre la difusión de una información falsa sobre el presidente del Real Madrid. Si en aquella resolución se reconoce que la noticia sobre los pagos personales con cargo a la cuenta del club era falsa, y que los periodistas de *El Mundo* se habían limitado a reproducir una información denunciada en “El Tirachinas” de la COPE sin contrastar su veracidad, en este caso lo que se denuncia, por tanto, es a quien originó la engañosa noticia.

Extracto de la Resolución: Los hechos ocurridos son los mismos que en la Resolución 2009/27, de 4 de marzo, donde se afirma que el solicitante, en calidad de presidente del Real Madrid, paga gastos personales con cargo a tarjetas de crédito vinculadas al club. En esta ocasión se denuncia que quien hace estas afirmaciones es el director del programa deportivo El Tirachinas de la Cadena COPE, José Antonio Abellán, durante la noche del 29 de octubre de 2008. En el mismo se profieren afirmaciones como: “Ramón Calderón lo paga todo con Visa, a costa de la entidad blanca”, “Ramón Calderón vive, entre otras cosas, de lo que se apropia indebidamente del Real Madrid o de lo que se apodera maliciosamente, como se demuestra en los documentos que hemos colgado en cope.es (se refiere a los extractos de las tarjetas de crédito)”, “Ramón Calderón chupa de la teta del Real Madrid, paga con la Visa del Real Madrid, paga con el dinero de todos los socios, y para mí esto es meter mano en la caja, meter mano en el bolsillo del socio”. En otros momentos del programa, Abellán acusa al demandante de pagar con la Visa del club en varios establecimientos (hasta 5 restaurantes de Madrid, 5 establecimientos de golf, 3 restaurantes de Londres y Frankfurt, repostar gasolina...) En cuanto a la web cope.es, la noticia aparece publicada así: “Ramón Calderón despilfarra, el Real Madrid paga”, “Abellán aporta pruebas escandalosas sobre Calderón” y aporta dos documentos con forma de

extractos bancarios: uno, de uso de Ramón Calderón de la Visa Oro Banco Gallego del Real Madrid; y, otro, de uso de Ramón Calderón de la Visa Oro Banesto del Real Madrid; con sus correspondientes números de tarjetas y cargos realizados con las mismas.

Según la ponencia, una vez comprobados los documentos aportados por el solicitante y escuchadas las manifestaciones del programa radiofónico, las informaciones aparecidas, tanto en la radio como en la Red, José Antonio Abellán las basa en los extractos bancarios de la Visa Oro del Banco Gallego y de la Visa Oro de Banesto. Sin embargo, en los certificados de ambas entidades financieras se niega la existencia de una tarjeta de crédito o débito a cargo de Ramón Calderón ni a cargo del Real Madrid, y en el mismo sentido se certifica por parte del Director General Ejecutivo del Real Madrid y el Subdirector General Económico. Parece claro, por tanto, que las pruebas aportadas por el director de “El Tirachinas” son falsas y no fueron contrastadas suficientemente.

La ponencia cree que “el director de ‘El Tirachinas’ no respetó el primer compromiso ético del periodista, el respeto a la verdad. Las informaciones difundidas no cumplieron con el deber de contrastar las fuentes ni con el de dar la oportunidad a la persona afectada de ofrecer su propia versión de los hechos”. Y si bien el Sr. Abellán sí cumplió con su deber de rectificación en su programa (dio lectura íntegra de una carta remitida por el propio Calderón) no lo hizo con igual prontitud en la web de la COPE, de cuyos contenidos también es responsable.

A la vista de los razonamientos expresados en la ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología entiende que José Antonio Abellán **ha infringido los siguientes artículos** del Código Deontológico de la FAPE: el **artículo 2**, respeto a la verdad, y el **artículo 13 en sus dos apartados, a)** el deber de contrastar las fuentes, y **b)** el deber de rectificación. Y se hace extensible estas infracciones a la Cadena COPE, responsable directa de la web cope.es.

- **Resolución 2009/30 (4 de Marzo)** *Sobre la presunta difusión de informaciones incompletas o falsas.*

D. Juan Francisco Blanco de la Jara, Presidente de la Sociedad Cooperativa 320 días de sol, Soc. Coop., solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al periodista Pedro Luis Blasco Solana, por valerse de su posición profesional y crear un estado de opinión pública favorable a sus intereses, mediante la manipulación de información aparecida en varios medios de comunicación.

Acuerdo: Desestimatorio por no existir quebrantamiento de precepto deontológico alguno.

Comentario personal: Cuestión novedosa que recoge la denuncia de un promotor inmobiliario sobre un periodista, al que acusa de estar detrás de una campaña contraria a la construcción de un bloque de apartamentos en la playa junto a la vivienda de éste. A pesar de que todo parece indicar que se trata de un conflicto entre particulares, el hecho de que el denunciante acuse al periodista de valerse de su condición para influir en los medios sobre las informaciones publicadas, motivó que la Comisión considerara el tema para hacer las comprobaciones oportunas antes de resolver su incompetencia. Decisión que no le gustó nada al demandado, pero que aleja cualquier duda sobre la independencia e imparcialidad de la Comisión y su actuación nada corporativista.

Extracto de la Resolución: En la misma se recoge una serie de acusaciones contra el periodista Pedro Luis Blasco que van desde la “filtración y manipulación a diversas publicaciones con informaciones sesgadas, incompletas o falsas”, hasta la creación de una asociación denominada

“Salvemos Villaricos” con el único propósito de “crear un estado de opinión pública que presione a los políticos, funcionarios de las administraciones públicas y entidades de crédito con la finalidad de evitar la construcción” de un bloque de 18 apartamentos delante de su vivienda, al considerar que esta construcción “le quita vistas al mar” y “devalúa su propiedad”. En la misma, el solicitante estima que el periodista ha vulnerado varios artículos del Código Deontológico, en concreto el 2, 3, 5, 10 y 13.

A la vista de las pruebas aportadas, el solicitante no indica ni demuestra en ningún momento cuáles son esas filtraciones, ni dónde está la manipulación a la que se refiere. Por otra parte, las actividades que pueda promover la asociación “Salvemos Villarico” en defensa de sus intereses y derechos, mediante el suministro de información, es perfectamente lícita en una sociedad democrática al amparo del artículo 20 de la Constitución. Y si bien es cierto, por otra parte, que en su vertiente informativa está sometida al requisito de la veracidad, “en ningún lugar del escrito de denuncia se concreta dónde están el engaño y las falsedades”. Es más -continúa el ponente- “la cooperativa tiene a su alcance el mismo instrumento para contestar a esta ‘campana’ e influir en la opinión de los lectores a su favor”.

Por todo lo expuesto, la Comisión de Quejas y Deontología acuerda que el periodista D. Pedro Luís Blasco Solana **no ha quebrantado** principio o criterio alguno ni transgredido **ninguna norma del Código Deontológico** de la FAPE.

- **Resolución 2009/31 (4 de Marzo)** *Sobre las manifestaciones realizadas por un periodista en una tertulia.*

D. Antonio Méndez Rego solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al periodista D. Carlos Dávila de Camino por unas declaraciones hechas en el programa “La Espuela” de Intereconomía Radio en 14 de octubre de 2008.

Acuerdo: Desestimatorio por considerar que el solicitante no es sujeto legítimo de demanda al no ser parte afectada.

Comentario personal: Estamos ante un nuevo caso de legitimidad del solicitante, tal como ha sucedido en otras Resoluciones. Ser parte afectada de los hechos que se denuncian es requisito para poder tramitar una queja, así lo dispone el artículo 9 del Reglamento de la Comisión. En este caso, al considerar que el solicitante no tiene nada que ver con el posible perjudicado, la Comisión no entra a valorar si en verdad se ha podido infringir o no algún precepto deontológico sobre el caso que se plantea.

Extracto de la Resolución: Los hechos que se denuncian son unas declaraciones del periodista Carlos Dávila en la tertulia del programa radiofónico “La Espuela”, manifestaciones consideradas “falsas e insultantes para la dignidad del doctor Montes” y que también aparecen recogidas en el digital *elplural.com*. Sin embargo, tal como estima el ponente, el solicitante, D. Antonio Méndez Rego, formula una denuncia respecto de un tercero y no guarda la menor relación con el hecho denunciado, lo que significa que al no ser parte afectada no es portador de interés legítimo para promover esta solicitud. Así lo expresa el artículo 9 del Reglamento de la Comisión.

Por tanto, La Comisión de Quejas y Deontología acuerda **no admitir a trámite la solicitud de apertura de expediente** deontológico hecha por el Sr. Méndez Rego, al carecer de legitimidad por no ser parte afectada.

- **Resolución 2009/32 (4 de Marzo)** *Sobre la utilización del idioma español en los rótulos de los establecimientos.*

D. Antonio Fernández Laborda solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a Telemadrid por la noticia aparecida en su informativo del 27 de julio de 2007 sobre la rotulación de establecimientos en idioma autonómico.

Acuerdo: Desestimatorio por no quebrantar principio o criterio deontológico alguno. No obstante, destacar la existencia de un voto particular por parte del ponente, discrepante con el acuerdo de la Comisión.

Comentario personal: Es la primera Resolución cuyo acuerdo no se adopta por unanimidad, tal como queda reflejado con el voto discrepante del propio ponente. El Pleno de la Comisión rechazó los razonamientos de la ponencia, cuya propuesta era que la noticia emitida por Telemadrid incumplía hasta cuatro preceptos deontológicos, en concreto los señalados en los artículos 2, 13.a, 13.b y 17. Sin duda, tal como queda reflejado en la ponencia, la cuestión idiomática en España es un asunto difícil, complejo y conflictivo de entender. Tal vez por eso, el propio autor de la propuesta reconoce que “analizar y juzgar esta denuncia no es tarea fácil”. El ponente designado fue D. Manuel Parés i Maicas.

Extracto de la Resolución: Los hechos que se denuncian es una noticia de dos minutos emitida en el informativo de Telemadrid donde se recogen las declaraciones de un portavoz de la Mesa del Turismo, considerando que rotular los establecimientos y señales de tráfico en una lengua autonómica exclusivamente puede afectar negativamente al turismo. Para el solicitante, la noticia “no respetaba la verdad y no difundía con honestidad la información” y por tanto vulneraba varios preceptos deontológicos (arts. 2, 3, 13 y 17). Por el contrario, para Telemadrid “la información difundida era veraz y no vulneraba ningún principio de actuación del Código Deontológico”.

Una vez examinada la grabación y documentación aportada por las partes, la propuesta de la ponencia fue debatida en el Pleno de la Comisión y rechazados sus razonamientos. Por lo cual, con el voto discrepante del Ponente, la Comisión de Quejas y Deontología, estima: “que el reportaje emitido por Telemadrid sobre la utilización del idioma español en los rótulos de los establecimientos, es un reportaje veraz en cuanto que recoge opiniones de terceros sin introducir informaciones falsas ni opiniones propias, no tratándose de un reportaje de investigación, por lo que **no ha quebrantado principio o criterio deontológico alguno**, ni transgredido ninguna norma del Código Deontológico de la FAPE”.

Según se recoge en la Resolución, la información denunciada presenta la estructura propia de una noticia: una presentación adelantando lo que dicen las fuentes, una voz en off ofreciendo datos de la Mesa del Turismo, declaraciones del Secretario General de la Mesa del Turismo, declaraciones sobre el tema de varios turistas, y cierre de la periodista haciendo una breve aparición a modo de conclusión. Sin embargo, en el voto particular del ponente, se hace constar que la información que se ofrece por parte de los periodistas no es veraz, que la Mesa del Turismo no representa a todo el sector y que los datos que ofrecen carecen de toda fiabilidad. Y, por tanto, a su juicio, vulnera los artículos 2, 13.a, 13.b y 17.

Como conclusión de su voto particular, Parés i Maica expresa lo siguiente: “Este es un asunto difícil, complejo, conflictivo, por estar teñido de connotaciones ideológicas sobre la presunta discrepancia sobre la naturaleza de España como Estado y del papel de las lenguas. Creemos que, en principio, la Comisión debe ser muy prudente al estudiar supuestos de este tenor, por su contenido e implicaciones resbaladizas. Y tratar de formular sus criterios de forma distanciada de cualquier presupuesto ideológico y actuar con toda la serenidad y matización necesarias”.

- **Resolución 2009/33 (15 de Julio)** *Sobre la discriminación al colectivo autista y manipulación de fotografías.*

D. Ángel Otero Garzón y D^a. M^a. Cristina Sánchez Sánchez solicitan a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al diario *La Razón* y a su web *larazon.es* por la publicación de dos fotografías cuyos contenidos afectan negativamente al colectivo autista y al colectivo judicial.

Acuerdo: Estimatorio por vulnerar el artículo 7 del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Estamos ante dos supuestos distintos sobre una misma información. De un lado, en una de las fotografías aparecen varios manifestantes con una pancarta que dice “Bermejo: Dimisión por autista y abusón”; y, de otro, se utilizan las mismas fotografías para informar sobre dos protestas distintas, una es de Secretarios Judiciales y la otra de Jueces. El problema surge cuando, a pesar de que el medio fue advertido por los solicitantes de estas circunstancias, el periódico, en lugar de atender la

reclamación y retirar las fotografías, siguió utilizándolas tanto en su edición de papel como en la digital. La nula sensibilidad del medio por atender la queja de los solicitantes y sustituir las fotos, sobre todo la que hace referencia al colectivo autista, es una actitud poco ética y que vulnera la buena praxis deontológica, como así recoció la Comisión.

Extracto de la Resolución: Los hechos que se denuncian son el empleo de dos fotografías cuyo contenido hirió la sensibilidad de los solicitantes, al creer que una de ellas discrimina al colectivo autista y la otra no se corresponde con la noticia en la que se inserta. Según consta en la ponencia, el pasado 22 de noviembre de 2008 el diario *La Razón* publicó el artículo “Los jueces no ceden ante Bermejo y amenazan con una huelga en febrero” sobre una protesta del colectivo de Secretarios Judiciales contra el entonces ministro de Justicia, Mariano Fernández Berbejo, con la inserción de una fotografía en la que aparecen varios manifestantes con dos pancartas que dicen: “Ni gestores de personal. Ni lectoras de señorías. La fe pública procesal es una garantía constitucional” y “Bermejo: Dimisión por autista y abusón”. Al mes siguiente, el 26 de diciembre, el mismo periódico en otra noticia publicada titula “Las asociaciones judiciales buscan la unidad en las medidas de presión”, y vuelve a insertar la misma fotografía que en la información anterior, a pesar de que en este caso la protesta es de Jueces y no de Secretarios Judiciales. Y también sucede lo mismo con la edición digital. El día 22 de enero de 2009, *larazon.es* recoge un blog que bajo el título “El Juez confidencial. Secreto de sumario” inserta la misma fotografía donde esta vez sólo se lee el texto de la pancarta: “Bermejo: Dimisión por autista y abusón”.

Los solicitantes hacen saber en su denuncia que, como madre de un hijo autista, desde el primer momento se pusieron en contacto con la redacción tanto de *La Razón* como de *larazon.es*, para advertirles que estaban utilizando una fotografía sobre una petición de dimisión “aludiendo como

motivo ser autista” y ofendiendo así a todo el colectivo; además de emplear la misma foto para informar de dos manifestaciones distintas promovidas por colectivos diferentes. Se hace constar que los contactos con el medio se producen hasta en cuatro ocasiones y que en todas obtienen la misma respuesta: no atender la petición.

Por su parte, el ponente, tras analizar las pruebas y documentación facilitada, entiende la queja de los denunciados por la utilización discriminatoria y negativa del término “autista” en la citada pancarta, pero si bien es justo dirigir una queja ante el Consejo General del Poder Judicial, como así lo han hecho, “no creemos que el hecho de que la prensa refleje lo que ocurre en una manifestación sea vejatorio por su parte”. A menudo la prensa publica pintadas y pancartas que atentan incluso contra la vida de muchos ciudadanos, y esto se hace en cumplimiento estricto “con su derecho y deber de informar”. Cosa distinta es que la misma fotografía de la pancarta exhibida en la protesta de Secretarios Judiciales sea utilizada para informar también de la de Jueces, sobre todo después de haber recibido reiteradamente las quejas de la parte demandante. En este caso, los responsables del diario *La Razón* “debieron haber atendido las reclamaciones en defensa del colectivo autista y evitado la utilización de esa fotografía con tanta profusión”.

A la vista de los razonamientos de la ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología considera que *La Razón* **ha vulnerado el artículo 7** (deber de abstenerse de eludir de modo despectivo por razón de cualquier minusvalía física o mental) por la difusión reiterada e inadecuada de la citada fotografía que hiere la sensibilidad del colectivo autista y que se recoge tanto en el diario como en su página web. Sobre el resto de preceptos, consideramos que no se han vulnerado ni el artículo 2 (respeto a la verdad) ni el 13 (compromiso de búsqueda de la verdad) ni el 14 (utilización de medios dignos para obtener la información) del Código Deontológico de la FAPE.

- **Resolución 2009/34 (15 de Julio)** *Sobre la discriminación del colectivo autista en un programa del doctor Luis Madera y Federico Jiménez Losantos en la Cadena COPE.*

D^a Esther Cuadrado y D^a Inmaculada Martínez, como madres de hijos menores de edad, solicitan a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al doctor Luis Madero y al periodista Federico Jiménez Losantos por sus comentarios en un espacio dedicado al autismo dentro del programa “La Mañana de Cope” de 5 de mayo de 2009.

Acuerdo: Desestimatorio al no vulnerarse el Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Estamos ante un supuesto bastante controvertido y de especial sensibilidad. Controvertido, porque cuando se abordan temas sobre colectivos vulnerables, es muy importante extremar el cuidado sobre las expresiones y el lenguaje utilizado para no herir los sentimientos de las personas afectadas; y, de especial sensibilidad, porque al tratarse de personas con algún tipo de discapacidad, éstas necesitan de una mayor protección que evite su discriminación social. En ocasiones, el empleo de expresiones poco afortunadas puede generar malestar entre los afectados, aunque no haya existido mala intención por parte del emisor. El vocabulario español es rico y variado, sólo es cuestión de manejar bien las palabras y reaccionar con prontitud en la corrección de aquellos términos considerados inadecuados.

Extracto de la Resolución: La denuncia de esta solicitud se centra en las expresiones empleadas por los demandados a la hora de hablar sobre el autismo en un espacio dedicado a este tema. Según las solicitantes, en dicho espacio radiofónico, en el que intervienen tanto el director del programa,

Federico Jiménez Losantos, como el conductor del microespacio médico-pedagógico, el doctor Luis Madero, dedicado al autismo, se utilizaron expresiones como estas: “Cuando hay dos hermanos gemelos, un hermano es normal y el otro es autista”, utilizando el término normal como antónimo de autista; “Para esa madre que a lo mejor ha esperado a los 32 años para tener un niño, para seguir con su carrera profesional y de pronto ver que el niño no reacciona a las caricias...”, en opinión de las solicitantes, constituye un menoscabo a la dignidad e integridad moral como madre y como mujer, además de dejar entrever una posible causalidad del autismo con la edad y/o intereses profesionales de la madre; o “el autismo no es hereditario”, no se ajusta a la verdad. Además, solicitan que ambos profesionales digan en qué estudios se basan para afirmar que “son niños muy agresivos” o que “cuando llegan a la pubertad, entre otros trastornos tienen alteraciones sexuales más o menos graves”.

Para las solicitantes, estas afirmaciones y expresiones, vulneran tanto el Código Deontológico de la FAPE, como el Código Europeo de Deontología del Periodismo, el Código Deontológico del Sindicato de Periodistas de Madrid y el Código Internacional de Ética Periodística de la Unesco.

Una vez analizadas las pruebas y documentos aportados, y escuchada la grabación del espacio radiofónico referido, para el ponente, las quejas de las denunciantes, ante lo que consideran un mal enfoque sobre el autismo, con afirmaciones poco científicas y un uso poco adecuado del lenguaje, aunque son entendibles considera que lo justo sería dirigir una reclamación ante la Cadena COPE y ante los señores Jiménez Losantos y Madero, pues “no creemos que esta Comisión de Quejas y Deontología deba entrar a juzgar las opiniones vertidas en un espacio de divulgación médica, en el que, además, sus afirmaciones no van dirigidas contra dicho colectivo. También considera que el único Código Deontológico por el que debe velar la Comisión es el de

la FAPE (en relación a las posibles vulneraciones sobre el resto de códigos a los que aluden en la solicitud las demandantes).

Ante lo cual, la Comisión de Quejas y Deontología entiende que **no se ha vulnerado el Código** Deontológico de la FAPE y por tanto, rechaza la queja formulada.

- **Resolución 2009/35 (15 de Julio)** *Sobre la discriminación al colectivo autista en un artículo del escritor Rafael Argullol en El País.*

D^a. Esther Cuadrado, como madre de un hijo menor de edad, solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al escritor Rafael Argullol por el artículo publicado en *El País* el 31 de mayo de 2009.

Acuerdo: Desestimatorio al considerarse que la persona denunciada no es un profesional del periodismo y no ejerce como periodista.

Comentario personal: Esta Resolución recoge una denuncia similar a la 2009/34, pero en este caso por un artículo de opinión sobre la juventud, en el que se emplea el término “autista”. Como en el caso anterior, la Comisión, aun entendiendo la queja de la denunciante, no considera que deba entrar a juzgar el mal uso del vocablo en un artículo de opinión y recomienda que la queja se presente ante el medio de comunicación y ante el autor del artículo.

Extracto de la Resolución: El artículo al que se hace referencia se publicó en la sección Tribuna (opinión) de ese periódico bajo el título “La culpa del otro”. En él se recoge el siguiente párrafo: “Alguien pregunta si los jóvenes actuales, tan desinteresados por la cultura, son más o menos inteligentes que

los de generaciones precedentes. Unos responden que sí, otros que no, y la mayoría vuelve a aludir a las circunstancias que rodean a la juventud como causantes del preocupante barbarismo que se detecta en forma de ignorancia, apatía, autismo o violencia”.

Sobre el mismo, la solicitante señala que la Organización Mundial de la Salud (OMS) no reconoce el autismo como un tipo de barbarismo, y que entre las causas que originan este síndrome no se encuentra el desinterés por la cultura de quienes lo padecen, sino una combinación de causas genéticas y ambientales. Por lo tanto, considera que este artículo está vulnerando preceptos deontológicos no sólo del Código Deontológico de la FAPE, también del Código Europeo, del Código del Sindicato de Periodistas de Madrid y del Código de la Unesco.

Por parte de la ponencia, se entiende la queja de la denunciante por la utilización discriminatoria y negativa del término “autista”, pero si bien podría dirigir su reclamación ante el periódico *El País* y ante el autor del artículo, el escritor Rafael Argullol, “no creemos que esta Comisión de Quejas y Deontología deba entrar a juzgar el mal uso de determinados términos en un artículo de opinión, que, además, no van dirigidos expresamente contra el colectivo autista.

A la Vista de los razonamientos, la Comisión de Quejas y Deontología entiende que el Código Deontológico de la FAPE, único Código por el que debe velar, está dirigido al ejercicio profesional de los periodistas y, en este caso, Rafael Argullol no está ejerciendo el periodismo, sino que aparece en *El País* como escritor colaborador del periódico. A la vista de lo cual la Comisión **desestima la queja formulada.**

- **Resolución 2009/36 (15 de Julio)** *Sobre afirmaciones presuntamente difamatorias en relación con la labor de los periodistas de una agencia informativa.*

El Consejo de Redacción de la Agencia EFE solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a la periodista D^a. Pilar Urbano por los comentarios realizados sobre la Agencia EFE en sendos actos públicos de Santander y Palma de Mallorca los días 24 y 27 de noviembre de 2008 respectivamente.

Acuerdo: La Comisión no se pronuncia ante esta solicitud al aceptar la excepción de falta de legitimidad invocada por la demandada.

Comentario personal: Es la primera vez que un afectado invoca esta figura jurídica para demostrar que su actuación nada tuvo que ver con el ejercicio de su profesión periodística. Este instrumento permite diferenciar aquellos comportamientos realizados por los periodistas dentro de su actividad, en cuyo caso serían susceptibles de revisión deontológica, de los que se efectúan fuera de ella y, por tanto, quedarían alejados de la competencia de la Comisión. Y así lo ha entendido la Comisión en este asunto quien, por vez primera, acuerda no pronunciarse sobre la demanda al estimar la excepción presentada por la periodista.

Extracto de la Resolución: Los hechos denunciados por el solicitante tienen su origen en una información difundida por la Agencia EFE en la que “un portavoz de la Casa del Rey” manifestaba que el libro escrito por Pilar Urbano *La Reina de cerca* “no refleja con exactitud las palabras de la Reina”. La reacción de la escritora y periodista fue, según el Consejo de Redacción de la Agencia EFE, acusar a la Agencia y a sus profesionales de “intentar engañar con su

texto informativo”, en dos ruedas de prensa ofrecidas los días 24 y 27 de noviembre con motivo de la presentación de dicho libro. A juicio del denunciante, las declaraciones de la Sra. Urbano son difamatorias y perjudican el nombre y el honor de los trabajadores de la Agencia EFE, además de vulnerar los artículos 2 (respeto a la verdad) y 17 (distinción entre hechos y opinión).

Por su parte, D^a. Pilar Urbano en su escrito de alegaciones formula con carácter previo “la excepción de falta de legitimación pasiva”, al considerar que en los actos en los que intervino y que son objeto de denuncia, estaba actuando en calidad de escritora, presentando al público una de sus obras, y no como periodista.

Para el ponente, el presupuesto necesario para que se pueda producir la intervención de la Comisión de Quejas y Deontología es que se haya producido una actividad periodística (art. 9.1 del Reglamento²⁶³), debiendo entenderse como tal la realizada por los periodistas en el ejercicio de su profesión. En el presente caso, si bien D^a. Pilar Urbano “es una conocida periodista, lo cierto es que su actuación en esos dos casos que se denuncian, no lo era en el ejercicio de su profesión periodística”, sino que tenía por objeto la promoción y difusión de una obra literaria de la que es autora. Por ello, la ponencia propone que se “estime la excepción de falta de legitimación invocada por la Sra. Urbano sin hacer ningún pronunciamiento sobre el fondo”.

También se hace significar por parte del ponente, que la Sra. Urbano se ofreció a transmitir disculpas a la Agencia EFE y a sus periodistas, lo que hizo a través de la Comisión de Quejas, “negándose el Consejo de Redacción denunciante a aceptar dichas disculpas en el modo propuesto por la señora

²⁶³ Artículo 9.1 del Reglamento: “Cualquier persona física o jurídica afectada por una actividad periodística que estime que no cumple las normas del Código Deontológico, podrá presentar solicitud de apertura de expediente ante la Comisión de Quejas y Deontología”.

Urbano” e interesando a la Comisión que dictara la resolución que considerase oportuna.

A la vista de los razonamientos de la ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología ratifica por unanimidad estimar la excepción formulada por D^a. Pilar Urbano y **no proceder a efectuar pronunciamiento alguno** sobre las cuestiones formuladas en la denuncia.

- **Resolución 2009/37 (15 de Julio)** *Sobre afirmaciones que descalifican el trabajo de los periodistas de una agencia informativa.*

El Consejo de Redacción de la Agencia EFE solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a Federico Jiménez Losantos, director y presentador de “La Mañana” de la Cadena COPE, por las manifestaciones realizadas en su programa del día 19 de noviembre de 2008.

Acuerdo: Estimatorio al vulnerar los artículos 2, 13.a y 17 del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: En el transcurso de esta Resolución se plantea cuál debe ser el papel de una agencia de información y cuál el de un medio de prensa, radio y televisión. Todos son medios de comunicación, pero a cada uno le corresponde una función dentro de la cadena informativa. Las agencias tienen como objeto transmitir a sus abonados (que son periódicos, radios y televisiones en su mayoría) los datos que les proporcionan las fuentes lo más asépticos posibles, sin valoraciones ni interpretaciones de ningún tipo. Corresponde al resto de medios, abonados a la agencia, hacer esas labores para facilitarles a las audiencias la información lo más sencilla y comprensiva posible (cumpliendo siempre de las normas deontológicas). Acusar a una

agencia de información de engañar a la audiencia por ofrecer una información poco entendible por complicada, y que esa queja venga de un medio radiofónico, es tanto como invertir los papeles que cada medio tiene atribuido en sus competencias profesionales: la agencia transmite los datos en bruto y el resto de medios los interpreta, valora y emite los juicios de opinión que estime oportunos. Así lo entiende esta Resolución.

Extracto de la Resolución: Los hechos que se denuncian tienen su origen en una noticia difundida por la Agencia EFE sobre los datos facilitados por el Instituto Nacional de Estadística (INE) en su Informe de Contabilidad Nacional correspondiente al tercer trimestre de 2008. En la misma se recogen los principales datos del INE, donde aparecen cuadros estadísticos, números, porcentajes y comparaciones con años anteriores. Según la parte demandante, el trabajo diario de la Agencia EFE es la difusión de cuantos datos faciliten las fuentes y “corresponde a los abonados hacer las consideraciones sobre qué significan esos datos”.

Para la ponencia, se constata que la noticia distribuida por la Agencia EFE se limita a transmitir la información y los datos del Informe de Contabilidad Nacional de España correspondiente al III trimestre de 2008 que hace público esa misma mañana el Instituto Nacional de Estadística. También se constata que en la transmisión de la información y los datos se cita constantemente la fuente informativa, sin efectuar juicios de valor o estimaciones por parte de EFE. Por tanto, se estima que “la Agencia EFE cumple su función informativa con los requisitos de la deontología periodística que exige la veracidad de la información y la fundamentación en fuentes contrastadas y acreditadas”.

Por su parte, el Sr. Jiménez Losantos acusa explícitamente a la Agencia EFE de estafa y engaño con frases como: “pero claro, esto también es una estafa, o sea, gastar el dinero público para engañar a la gente porque esto es

contar las cosas de manera que la gente no las pueda entender para favorecer el oscurantismo del Gobierno”, y “yo creo que hay que demandar a la OCU por publicidad engañosa a la Agencia EFE porque no sólo nos miente, sino que además nos confunde. Esto es mentira. Pero si te lía...”.

Según razona la ponencia, no se puede achacar a la Agencia EFE, con datos objetivos, “estafa, engaño o mentira, ni favorecer el oscurantismo del Gobierno”, tal como hace el Sr. Jiménez Losantos, quien no prueba que sus acusaciones estén basadas en datos objetivos, incumpliendo así el artículo 13 del Código Deontológico de la FAPE, que señala: “El periodista deberá fundamentar las informaciones que difunda, lo que incluye el deber de contrastar las fuentes”. Por otra parte, si bien es cierto que el texto difundido por la Agencia EFE contiene datos estadísticos, cifras, porcentajes, comparaciones numerosas, a veces no fáciles de comprender por los no expertos, Jiménez Losantos no actúa deontológicamente al atribuir la confusión que él encuentra en la noticia a la propia Agencia EFE, puesto que dicha agencia ha cumplido correcta y deontológicamente con las funciones propias de una agencia informativa, “cuya finalidad es buscar y distribuir informaciones de interés general y a la que no le corresponde como tal emitir juicios de valor, estimaciones propias y explicativas. Es a los receptores de las mismas, abonados y medios de comunicación de prensa, radio y televisión (...) a quienes correspondería su explicación para la comprensión de los ciudadanos”. Es precisamente a Jiménez Losantos –razona el ponente- a quien le correspondería dar estas aclaraciones con las opiniones críticas oportunas sobre el contenido de la información. Por tanto, ante las expresiones empleadas por el Sr. Jiménez Losantos: “luego llega la catarata de detalles, a ver luego quién nos lo explica”. La contestación adecuada desde la buena práctica es que es precisamente a él, o a sus colaboradores, a quienes correspondería esa función explicativa y valorativa como un deber con los oyentes-ciudadanos.

Por tanto, cabe concluir que las manifestaciones de Jiménez Losantos suponen graves acusaciones de vulneraciones deontológicas contra la Agencia EFE, que además pueden producir daños y perjuicios que afecten a la credibilidad de la propia agencia. En el ejercicio de la libertad de información se está obligado por el deber jurídico y deontológico de la veracidad de la información. Y tanto en la libertad de expresión como en la libertad de información se deben salvaguardar los derechos de las personas frente a expresiones injuriosas, calumniosas o difamatorias. “En los hechos que analizamos deberían haberse excluido las acusaciones de estafa, engaño o mentira contra la Agencia EFE”.

A la vista de los razonamientos, la Comisión de Quejas y Deontología considera que el señor Jiménez Losantos **ha vulnerado los artículos 2** (respeto a la verdad), **13.a** (fundamentar la información que difunda) y **17** (clara distinción entre información y opinión) **del Código Deontológico** de la FAPE.

13.6. Resoluciones año 2010 (2010/38 a 2010/49)

- **Resolución 2010/38 (6 de Abril)** *Sobre la obligación de respetar el derecho de las personas a la propia imagen, en relación con un artículo en el periódico impreso *Negocio* y su versión en Internet *diarionegocio.es*.*

D. José Luis Rodríguez García, Administrador de Nueva Economía Fórum, solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a Israel García-Juez por un artículo publicado el 26 de marzo de 2009 en el periódico *Negocio* y en su versión digital *diarionegocio.es*.

Acuerdo: Desestimatorio por no vulnerar ninguna norma deontológica del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: La queja de esta Resolución se basa en el empleo del término “pérfido” referido a una persona concreta en un artículo de opinión. Sin embargo, aunque para el aludido este vocablo atenta gravemente contra “mi honor y mi fama” y, por ende, a la organización que representa, la Comisión estima que dado que el significado de este adjetivo ha perdido buena parte del sentido peyorativo e insultante que tuvo en otros tiempos, y que el artículo está publicado en clave de humor, como así lo expresa su autor, no ve ánimo vejatorio para la integridad moral del solicitante y, por tanto, tampoco ve mala praxis profesional.

Extracto de la Resolución: El párrafo del artículo al que se refiere el solicitante dice textualmente: “Me dirigía como tantas mañanas al Hotel Ritz de Madrid para escuchar en el Foro de Nueva Economía al primer Ministro de Georgia cuando me encuentro que lo han suspendido y yo no me había enterado. Algo parecido le ocurrió a mucha gente pues se escuchaban voces altas que recordaban al pérfido de su presidente, José Luís Rodríguez”. En su escrito, el demandante considera que la utilización del término “pérfido” por parte del periodista, responde a una deliberada intención ofensiva, puesto que “todo ello se hace en el primer párrafo de un artículo periodístico en el que el autor ensalza las virtudes de otras personas y entidades, a las que presenta como ejemplares, de modo tal que se podría deducir una tácita y agravante comparación o contraposición conmigo y con nuestra organización”.

Por su parte, el Sr. García-Juez, en su escrito de alegaciones, remitió una carta de disculpa que dice así: “Por la presente deseo hacer pública mis disculpas a José Luís Rodríguez, presidente del Foro Nueva Economía, en relación con una información por mí escrita y que apareció publicada el pasado 26 de marzo. Nunca fue mi intención ofenderle, pues acudo regularmente a todos los actos que organiza esta organización, y me limité a comentar, en clave de humor (como se hace habitualmente en la página 31 de

Negocio), la suspensión de un acto de la firma que él preside. Espero y deseo que estas líneas sirvan para aclarar y reparar, en la medida de lo posible, un error que cometí sin ninguna mala fe”.

Según el razonamiento de la ponencia, desde el punto de vista etimológico es evidente que el vocablo “pérfido” significa “desleal, infiel, traidor, que falta a la fe que debe”. No obstante, en el uso que se hace de este adjetivo en el español actual, esta palabra ha perdido buena parte del sentido peyorativo e insultante que tuvo anteriormente y se ha convertido más bien en un recurso retórico dotado de escasa carga semántica.

Analizado el párrafo inicial del artículo del señor García-Juez, el ponente considera que carece de verdadera intencionalidad ofensiva, aunque el uso del adjetivo pérfido, dentro del conjunto de titulares, párrafos y fotografías que dan forma visual a la página, pueda resultar desafortunado por el posible agravio comparativo en relación con lo que se dice de los otros personajes públicos que aparecen en la pieza. Además, la alegación ofrecida por el denunciado diciendo “me limité a comentar, en clave de humor (como se hace habitualmente en la página 31 de *Negocio*)”, hace pensar que la expresión usada debe situarse dentro de un contexto literario sin ánimo vejatorio para la integridad moral de la persona aludida.

Por todo lo expuesto, la Comisión de Quejas y Deontología entiende que el periodista D. Israel García-Juez **no ha vulnerado ninguna de las normas** de ética profesional contenidas en el Código Deontológico de la FAPE.

- **Resolución 2010/39 (6 de Abril)** *Sobre la información veraz. Legitimación de quien formula denuncia ante la Comisión de Quejas.*

La Asociación Globalízate solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a *El Mundo* por la noticias publicadas sobre los atentados del 11M los días 9 y 11 de marzo de 2009

Acuerdo: Desestimatorio por falta de legitimación de quien formula la denuncia.

Comentario personal: No es la primera vez, ni será la última, en que la parte demandante carece de legitimación sobre el asunto que plantea. Es, hasta el momento, la primera causa de desestimación de solicitudes, al amparo de lo dispuesto en el artículo 9 del Reglamento de la Comisión. Y así ocurre también con las dos siguientes Resoluciones, presentadas por la misma Asociación y desestimadas por el mismo supuesto.

Extracto de la Resolución: Los hechos que se denuncian en la petición, es que a juicio del solicitante, “algunas de las noticias publicadas en este medio [*El Mundo*] sobre los atentados del 11M se han confirmado como no veraces según la sentencia judicial, y lo que es más importante, una vez firme la misma, se continúa en el mismo sentido de falta de veracidad”. Como ejemplos de los hechos indicados, se hace referencia a las ediciones de ese periódico de los días 9 y 11 de marzo de 2009.

Antes de entrar en el análisis de la veracidad de las informaciones denunciadas, el ponente hace referencia a lo dispuesto en el artículo 9 del Reglamento de la Comisión, que permite que “cualquier persona física o jurídica que se considere afectada por la conducta de un periodista”, como consecuencia de la infracción de las regla deontológicas “podrá presentar

solicitud de apertura de expediente”. Dicho artículo recoge el presupuesto de la legitimación. Sin embargo, si a la luz de este precepto se analiza la reclamación formulada por la Asociación Globalízate “resulta evidente por sí misma que carece de viabilidad por falta de legitimación activa” porque su fin social es “investigar y redactar informes sobre la información presentada a la sociedad en relación a los asuntos relacionados con la denominada globalización por los medios de comunicación de masas”. Es decir, se autolimita a investigar y redactar informes sobre la difusión informativa relacionados con la globalización, “tarea que no le autoriza a luchar judicial o extrajudicialmente, aunque sea por esta vía arbitral, en defensa del bien hacer de la profesión periodística”.

A la vista de los razonamientos, la Comisión de quejas y Deontología acuerda **declarar inadmisibile la reclamación** formulada por la Asociación Globalízate contra el diario *El Mundo*.

- **Resolución 2010/40 (6 de Abril)** *Sobre la información veraz. Legitimación de quien formula denuncia ante la Comisión de Quejas.*

La Asociación Globalízate solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a Telemadrid por una información emitida en su informativo TN1 del 22 de mayo de 2009.

Acuerdo: Desestimatorio por falta de legitimación de quien formula la denuncia.

<p>Comentario personal: Estamos ante el mismo supuesto que en la Resolución 2010/39, presentada también por la misma Asociación, en la que la falta de legitimación del solicitante impide que la Comisión pueda tratar su demanda.</p>
--

No obstante, como en la anterior, en el extracto de la Resolución quedan reflejados los razonamientos y conclusión de la ponencia.

Extracto de la resolución: Los hechos que se denuncian es que Telemadrid, en una noticia emitida el 22 de mayo de 2009, acerca de la progresiva desaparición de reptiles y anfibios en Europa, “omitió deliberadamente la mención al cambio climático como una de las causas” que lo provocan. Para el solicitante, haber añadido la frase: ... *combinada con el cambio climático, la contaminación y la presencia de especies invasoras*,... no hubiera supuesto ni 5 segundos más en una noticia que duraba un minuto y nueve segundos. Esta omisión deliberada, así como las declaraciones de la presidenta del Comité de Empresa de Telemadrid en el sentido de que “han dado la consigna de que no se hable del calentamiento”, y cómo otros medios de comunicación sí mencionaron las palabras “cambio climático” al tratar la misma noticia, son ejemplos, a juicio del demandante, de la vulneración de varios preceptos deontológicos, en concreto el 1, 2 y 3.

El ponente, antes de entrar sobre el contenido de los hechos que se denuncian, hace referencia a lo dispuesto en el artículo 9 del Reglamento de la Comisión, que habla sobre quién está legitimado para presentar una queja. En dicho artículo se dice que “cualquier persona física o jurídica que se considere afectada por la conducta de un periodista”, como consecuencia de la infracción de las regla deontológicas “podrá presentar solicitud de apertura de expediente”. Sin embargo, si a la luz de este precepto se analiza la reclamación formulada por la Asociación Globalízate “resulta evidente por sí misma que carece de viabilidad por falta de legitimación activa” porque su fin social es “investigar y redactar informes sobre la información presentada a la sociedad en relación a los asuntos relacionados con la denominada globalización por los medios de comunicación de masas”. Es decir, se autolimita a investigar y redactar informes sobre la difusión informativa relacionada con la

globalización, “tarea que no le autoriza a luchar judicial o extrajudicialmente, aunque sea por esta vía arbitral, en defensa del bien hacer de la profesión periodística”, concluye.

A la vista de los razonamientos, la Comisión de quejas y Deontología acuerda **declarar inadmisibile la reclamación** formulada por la Asociación Globalízate contra Telemadrid.

- **Resolución 2010/41 (6 de Abril)** *Sobre la información veraz. Legitimación de quien formula denuncia ante la Comisión de Quejas.*

La Asociación Globalízate solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a *Libertad Digital* por una noticia publicada el 27 de agosto de 2009 sobre el calentamiento global y el cambio climático.

Acuerdo: Desestimatorio por falta de legitimación de quien formula la denuncia.

Comentario personal: Se da la circunstancia de que en las tres solicitudes de queja presentadas por la Asociación Globalízate se repiten los mismos supuestos de falta de legitimación (así ocurre con las Resoluciones 2010/39, 2010/40 y ésta 2010/41). Sin embargo, esto no es óbice para que presentemos un extracto de la Resolución con las supuestas vulneraciones deontológicas que denuncia el solicitante.

Extracto de la Resolución: La noticia que se denuncia pone en duda algunos estudios e informes sobre el calentamiento global y el cambio climático. En la misma, a juicio de la asociación demandante, se producen algunas

manipulaciones, como por ejemplo, los datos sobre el aumento de la temperatura del planeta o los que justifican el avance de las líneas de bosque. En ambos casos, los datos reales son más preocupantes que los utilizados por el medio en su información, que tergiversa la información con el objeto de restar importancia al calentamiento global y sus consecuencias. Motivo por el cual “consideramos vulnerados los puntos 1, 2 y 3 de los principios generales del Código Deontológico de la FAPE”, concluyen.

Por su parte, la ponencia, antes de valorar la demanda presentada, se refiere a lo dispuesto en el artículo 9 del Reglamento de la Comisión, que habla sobre quién puede formular queja ante la Comisión. En dicho artículo se dice que “cualquier persona física o jurídica que se considere afectada por la conducta de un periodista”, como consecuencia de la infracción de las reglas deontológicas, “podrá presentar solicitud de apertura de expediente”. Sin embargo, si a la luz de este precepto se analiza la reclamación formulada por la Asociación Globalízate “resulta evidente por sí misma que carece de viabilidad por falta de legitimación activa” porque su fin social es “investigar y redactar informes sobre la información presentada a la sociedad en relación a los asuntos relacionados con la denominada globalización por los medios de comunicación de masas”. Es decir, se autolimita a investigar y redactar informes sobre la difusión informativa relacionada con la globalización, “tarea que no le autoriza a luchar judicial o extrajudicialmente, aunque sea por esta vía arbitral, en defensa del bien hacer de la profesión periodística”, concluye.

A la vista de los razonamientos de la ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología acuerda **declarar inadmisibile la reclamación** formulada por la Asociación Globalízate contra el periódico *Libertad Digital*.

- **Resolución 2010/42 (6 de Abril)** *Sobre la intromisión en la vida privada durante el trascurso de una entrevista.*

D^a. Francisca Pleguezuelos Aguilar solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al periodista D. Juan Andrés Rejón por la entrevista radiofónica realizada el 3 de junio de 2009 en Onda Cero de Granada.

Acuerdo: Desestimatorio, con el voto discrepante del Ponente, por no infringir el Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Tal como sucede en la Resolución 2009/32²⁶⁴, de 4 de marzo, en ésta el acuerdo tomado por la Comisión también cuenta con el voto discrepante del ponente, lo que significa que por segunda vez no existe unanimidad del Pleno. Se da la circunstancia de que el autor de la ponencia es el mismo que en la Resolución 32, Manuel Parés i Maicas, y que la Comisión también volvió a rechazar los razonamientos de su propuesta. La diferencia estriba en que mientras para la Comisión no existe vulneración deontológica, para el ponente, el comportamiento del periodista radiofónico, incumple los artículos 4 (apartados a y b) y 7 (apartados a y c).

Extracto de la Resolución: La solicitante denuncia que en la entrevista que el demandado le hizo el día de 3 de junio de 2009 se producen indagaciones e intromisiones en su vida privada, no justificadas por el interés público, además de formular afirmaciones falsas. Destacar que la demandante es eurodiputada por el PSOE y candidata al Parlamento Europeo por este partido²⁶⁵, y en calidad de tal se le realiza dicha entrevista.

²⁶⁴ Resolución 2009/32 (4 de Marzo) *Sobre la utilización del idioma español en los rótulos de los establecimientos.*

²⁶⁵ Las elecciones europeas se celebraron el 7 de junio de 2009.

Según el ponente, en la entrevista se pueden distinguir dos partes diferenciadas. Una primera, con preguntas relacionadas con la política europea, como: “¿Hay crisis de líderes en Europa?”, “¿En el Reino Unido no creen en Europa?” o “¿España es más débil respecto a Francia o Alemania por su tasa de paro?”... Y una segunda, en la que el periodista le manifiesta que quiere formularle unas preguntas desagradables: entre ellas el entrevistador cita un estudio realizado sobre el trabajo de los parlamentarios cuyos datos perjudican su comportamiento como parlamentaria (la entrevistada responde que la pregunta es desagradable porque él sabe que ha padecido un cáncer y esto le ha impedido dedicarse plenamente a su trabajo en el Parlamento); le pregunta seguidamente si en tal caso no debería tener un sustituto (y contesta que la pregunta y la respuesta son desafortunadas e impertinentes), el periodista le dice que ella no puede ir de víctima (y ella le dice que no puede continuar, que debe hacerle preguntas políticas y no personales). Seguidamente, el periodista tras una serie de preguntas sobre política y actualidad, formula otras como ¿cuánto gana un diputado y cuánto gana ella? (contesta que ella gana 2.000 euros, pero que tiene además otros ingresos por ser funcionaria); ¿cuántos años lleva como política? (contesta que 19 años); ¿no le parece que hace años que no cumple con sus deberes profesionales como profesora? (ella lo niega); y para concluir la entrevista, el periodista acaba diciéndole que se vaya con una sonrisa (por su parte, la entrevistada dice que lamenta la situación desagradable que acaba de vivir).

Para el Pleno de la Comisión, la entrevista es un intercambio de opiniones y la opinión nunca puede ser sancionada. Además, en este caso, se da la circunstancia de que la persona entrevistada tiene la condición de personaje público, “en cuyo caso las cuestiones personales tienen otra dimensión, ya que los personajes públicos están sometidos a la relevancia pública de sus contenidos”. No se aprecia, por tanto, ofensa del periodista hacia la entrevistada, por lo que éste no ha quebrantado principio o criterio

deontológico alguno, ni transgredido ninguna norma del Código Deontológico de la FAPE.

El Pleno de la Comisión de Quejas y Deontología, con el voto discrepante del Ponente, estima que la entrevista radiofónica emitida en Onda Cero de Granada **no infringe el Código Deontológico** de la FAPE.

Adjunto a la Resolución se une la conclusión del voto particular del ponente que se expresa en los siguientes términos: “hay que distinguir entre la primera parte de la entrevista y la segunda. En cuanto a la primera no existe ninguna objeción. En cuanto a la segunda, en función de mi convicción sobre lo que debe ser una entrevista informativa de esta naturaleza, creo que constituye una pieza informativa impropia”. Entre las razones destaca que el periodista mezcla su ideología con la tarea informativa; las preguntas personales tienen un cierto grado de provocación, el tono del periodista es excesivo y claramente acusador, la referencia a la enfermedad de la diputada tiene un cierto halo de crueldad. Y se pregunta si en el pasado ha podido existir una relación personal conflictiva, causa de algunas preguntas. Por esas razones, para el ponente el periodista incumple el punto 4 (apartados a y b) y el punto 7 (apartados a y c).

- **Resolución 2010/43 (6 de Abril)** *Sobre información que puede perjudicar a los menores en relación con una información sobre la píldora postcoital.*

La Asociación Amigos del Octa (Observatorio de Contenidos Televisivos y Audiovisuales) solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al periodista José Antonio Ovies por los comentarios referidos a la píldora postcoital en el programa “Siete días” de Telemadrid emitido el 16 de mayo de 2009.

Acuerdo: Desestimatorio por no vulnerar ningún precepto del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Es la primera vez que una asociación dedicada a la protección de los contenidos audiovisuales presenta una queja ante la Comisión. Aunque en esta ocasión concreta no han tenido una respuesta favorable a su demanda, es positivo que existan colectivos que vigilen y se preocupen sobre los contenidos periodísticos y que denuncien cuando consideren que estos infringen las normas deontológicas por parte de las empresas y los profesionales. El papel de las audiencias en la autorregulación es fundamental e imprescindible, por ello, asociaciones como la Octa es importante que ejerzan esa función en defensa del público y los ciudadanos.

Extracto de la Resolución: Los hechos que se denuncian tienen que ver con el reportaje sobre la nueva regulación de la píldora postcoital, emitido en el programa “Siete días” de Telemadrid, así como con la presentación que el periodista José Antonio Ovies hace sobre el mismo. A juicio del solicitante, tanto el contenido como la presentación de dicho reportaje, vulneran varios preceptos deontológicos.

Los demandantes consideran que el reportaje se emitió dentro de la franja horaria de protección del menor y cuyo contenido podría perjudicar seriamente el desarrollo mental o moral de los menores; además, temas tan importantes como el aborto y la píldora postcoital se tratan de una manera trivial, “a través de afirmaciones falsas”, y “aseveraciones, con una supuesta ironía, que los menores no son capaces de captar”. En síntesis, los hechos que se denuncian están relacionados con la protección del menor y sobre la falsedad de la información.

Una vez analizado el contenido del programa, el ponente estima que la actitud del presentador en sus formulaciones no ha extrapasadado los límites de

la veracidad; que emplea, sí, “la caricatura y hasta el sarcasmo pero con ello no se atenta a una verdad”. Reconoce que la existencia del tono mordaz en su expresión puede sentar mal a la entidad denunciante, “pues envuelve en ironías una opinión que parece ser contraria con los criterios de la Asociación Amigos del Octa. Pero es una opinión y la opinión es libre”. Y en ese aspecto, la queja no justifica la apertura de expediente deontológico.

En cuanto al impacto posible sobre la audiencia infantil, tampoco encuentra el ponente indicios de reprochabilidad en términos de ética periodística. Tras el análisis del programa, se aprecia que éste “no contiene en sí mismo elementos de agresión al desenvolvimiento físico, mental o moral de los menores”. La opinión del presentador está basada en la polémica existente sobre la desregulación de la dispensación de un fármaco relacionado con las conductas sexuales, de mayores y menores, y contiene una “acerba crítica a esa desregulación”, pero “no encubre impulsos, impactos o condicionantes sobre futuras conductas de los menores”.

Y sobre la hora de emisión del programa, que el solicitante considera que está dentro de la franja de protección del menor, la ponencia considera que sin perjuicio de que las 21 horas está en el sector límite de esa franja –y no en el tramo de especial protección- lo cierto es que la información sobre la liberalización de la dispensación de la píldora postcoital ha aparecido en todos los tramos horarios y espacios mediáticos por ser un tema de interés extraordinariamente generalizado. Así que la hora en que se emitió el programa “ni modula ni condiciona el denunciado desvalor de la actuación profesional, ni comporta indicios suficientes como para abrir un expediente deontológico”.

A la vista de los razonamientos de la ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología acuerda **declarar inadmisibile la reclamación** formulada contra el periodista D. José Antonio Ovies, por no vulnerar ningún precepto del Código Deontológico de la FAPE.

- **Resolución 2010/44 (6 de Mayo)** *Sobre la difusión de información falsa.*

D. Alex Grijelmo y D^a Lola Álvarez, Presidente y Directora General de la Agencia EFE respectivamente, solicitan a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al periodista Alfonso Rojo, director de *Periodista Digital* por varias informaciones publicadas en ese medio los días 5 de junio, 19 de julio y 1 de septiembre sobre retribuciones percibidas y contrataciones a terceros.

Acuerdo: Estimatoria al vulnerar el artículo 2 del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: De esta resolución cabe destacar que cuando se trata de dar cifras concretas (en este caso atribuidas al sueldo), se deberá ser especialmente respetuoso con la veracidad de la cuantía, porque, como se dice en el texto del ponente, un dato numérico cuantitativo o es cierto o no lo es, y si consta que no es exacto, falta a la verdad. Por eso, a la hora de informar sobre retribuciones recibidas (cual es el caso) habrá que extremar el celo profesional para no incurrir en una falsedad del dato que pueda dar al traste con el resto de la noticia. Por otra parte, existen dos cuestiones de forma, que es importante destacar. La Ponencia trata dos informaciones distintas sobre la Agencia EFE. Una, la que hace referencia a las retribuciones de su Presidente, publicada los días 5 de junio y 19 de julio de 2009; y la otra, sobre la contratación directa a una empresa proveedora de artículos de regalos, publicada el 1 de septiembre de 2009. Sin embargo, a pesar de que en los razonamientos de la ponencia se analizan los dos casos y se llega a la conclusión de que en ambas informaciones se incumplen los preceptos deontológicos, en el apartado de la Resolución, donde la Comisión, a la vista

de los razonamientos de la ponencia, acuerda estimar o desestimar la queja, sólo hace referencia a la información publicada los días 5 de junio y 19 de julio (sobre las retribuciones del Presidente de EFE) y no menciona para nada la del 1 de septiembre (sobre la contratación directa a una empresa de regalos) a pesar de que el ponente deja patente en su informe que existe vulneración de los principios deontológicos. Es evidente que debe de tratarse de un olvido, pues ambas son analizadas en la misma ponencia, y en el caso de que la Comisión estimara su desacuerdo con el ponente, respecto a la del 1 de septiembre, debería indicarlo en la resolución como ha hecho en otras ocasiones. La otra cuestión de forma es la referente al artículo deontológico vulnerado. En ambos supuestos, el ponente atribuye falta de veracidad en los datos que sustentan la información, que “infringe el respeto a la verdad que impone a los periodistas el número 1 de los Principios Generales del Código Deontológico”. En cambio, el artículo que habla del “respeto a la verdad” es el 2: “El primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad”, pues el nº 1, al que se refiere la ponencia, dice lo siguiente: “El periodista actuará siempre manteniendo los principios de profesionalidad y ética contenidos en el presente Código Deontológico, cuya aceptación expresa será condición necesaria para su incorporación al Registro Profesional de Periodistas y a las Asociaciones de Prensa federadas”. De ahí que el artículo infringido sea el 2 y no el 1 como aparece equivocadamente en la Resolución.

Extracto de la Resolución: Los hechos denunciados son dos informaciones distintas publicadas en *Periodista Digital* y referidas, una, al Presidente de EFE, y, la otra, a la Directora General. La primera de ellas, aparece los días 5 de junio y 19 de julio de 2009; y, la segunda, el 1 de septiembre de 2009.

En la noticia del 5 de junio, se afirma que las retribuciones del Presidente de la Agencia EFE, D. Álex Grijelmo, experimentaron una subida del 34,19% entre 2007 y 2008, pasando de 329.815€ en 2007, a 442.593€ en

2008. Sin embargo, a pesar de que desde EFE se desmintió esta información, precisando que la cifra de 442.593€ de 2008 comprende los sueldos, salarios y dietas pagados a los “miembros del Consejo de Administración y de alta Dirección, entre los que se incluye el sueldo del Presidente Ejecutivo”, el periódico, el 19 de julio, se ratifica con lo publicado el día 5 de junio, al afirmar que simplemente “cambia de nombre las cosas” e insiste en que “se lleva el tipo a casa, sumando todo, 442.593€ según su subalterno Muñoz” (Miguel Ángel Muñoz Sánchez es el Director Económico-Financiero de la Agencia EFE y quien corrigió la información de *Periodista Digital*).

Según el ponente, una vez analizados los documentos y pruebas aportados, a tenor de lo certificado por el Director Económico-Financiero de la Agencia EFE, “no es cierto que el señor Grijelmo percibiera en 2008 el total de los 442.593€ como retribuciones” pues una parte de ese importe correspondía “a otros miembros del Consejo de Administración y de Alta Dirección”. A pesar de que no se conoce exactamente qué parte del total era el percibido por D. Álex Grijelmo, “este dato es irrelevante a la hora de enjuiciar la veracidad de la información (...) ya que un dato numérico cuantitativo o es cierto o no lo es, y si consta que no es exacto, la insistencia en que la suma fue íntegramente recibida por Grijelmo falta a la verdad”. En consecuencia, el periodista Alfonso Rojo ha faltado a la verdad.

La segunda información, publicada el 1 de septiembre, bajo el titular “Regalos de la familia” habla de “concesiones de contratas de EFE sin más concurso que la proximidad familiar”, refiriéndose a “una importante partida destinada a pañuelos y corbatas, que fue aprobada en el mandato de Grijelmo y autorizada por la Directora General. Estas prendas proceden del taller de seda Margaret de Arcos, en Sevilla, uno de los más caros y exclusivos del país. Resulta que en esta firma trabajaba –ahora hace colaboraciones puntuales, según dijeron a *Periodista Digital* fuentes de la empresa- un tal Fran Álvarez Morales. Es decir, EFE engorda la facturación de Margaret de Arcos gracias a

que un colaborador cercano a la empresa es el hermano de la Directora General”.

Según las pruebas practicadas, para el ponente queda claro que la competencia de establecer este tipo de contratos (se contratan regalos corporativos con el logo de la Agencia EFE, en este caso pañuelos y corbatas) es de la Directora de Comunicación de EFE, que depende directamente del Presidente de la Agencia y no de la Directora General; que dicha adjudicación se hizo, previa solicitud y obtención de presupuestos a cinco empresas, a la oferta más económica; y que no existe prueba alguna de que la Directora General de EFE haya influido en cualquier manera sobre la Directora de Comunicación de la Agencia para realizar la adjudicación en favor de la empresa Margaret de Arcos. Por tanto, existen suficientes elementos para apreciar que la afirmación del periodista Alfonso Rojo carece de toda base probatoria y “que la información no expone una verdad objetivamente fundada, sino una mera presunción atentatoria a la probidad profesional de otras personas, infringiendo lo dispuesto en el principio deontológico nº 1 de los contenidos en el Código Deontológico de la FAPE”.

A la vista de los razonamientos de la ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología estima la queja contra Alfonso Rojo, director de *Periodista Digital*, y declara que la publicación en dicho medio el 5 de junio y 19 de julio de 2009 “**infringen el principio deontológico de respeto a la verdad** que impone a los periodistas el número 1²⁶⁶ (**art.2**) de los Principios Generales del Código Deontológico de la FAPE”.

²⁶⁶ Como hemos explicado en el Comentario de la Resolución, el artículo vulnerado es el 2 (respeto a la verdad) y no el 1, que hace referencia a una declaración de intenciones (“el periodista actuará siempre manteniendo los principios de profesionalidad y ética contenidos en el presente Código Deontológico”).

- **Resolución 2010/45 (6 de Mayo)** *Sobre la diligencia del periodista en la búsqueda de información.*

D. Íñigo Corral Lozano solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a los periodistas D^a Rosalina Moreno, D. Carlos Dávila y D. Javier Ruiz, en relación a diversas informaciones publicadas en *La Gaceta* los días 8, 11, 12 y 19 de noviembre de 2009, que relacionan a la Presidenta del Tribunal Constitucional y su marido con la familia de Karmelo Landa, destacado dirigente del partido ilegalizado Herri Batasuna.

Acuerdo: Desestimatorio por falta de legitimidad de quien formula la queja.

Comentario personal: De nuevo la falta de legitimidad del solicitante impide tratar una posible vulneración deontológica, en este caso, de varios profesionales. El tema presume interés, pero dado que quien presenta la denuncia no es parte afectada y tampoco actúa en nombre de los afectados, el ponente entiende que ante la falta de legitimidad no puede admitir a trámite la queja formulada. Sin embargo, es interesante destacar las consideraciones que al final de la Resolución hace el autor de la ponencia. En la primera, deja claro que la “no admisibilidad no puede ser entendida en ningún caso como exculpatoria de unas presuntas responsabilidades éticas que, de no haberse incurrido en causa formal de inadmisibilidad, deberían haber sido investigadas y valoradas”. Y en la segunda, resalta la existencia de algunas lagunas en el Reglamento, sobre todo, “respecto a la posibilidad de recurso frente a las decisiones de la Comisión, en especial cuando se trata de cuestiones formales que pueden ser subsanadas sin por ello alterar el fondo de la cuestión”; ni tampoco, a la posibilidad de dar audiencia al interesado antes de que el expediente haya sido incoado. Si tales previsiones se hubieran tenido en

cuenta en la elaboración del Reglamento –añade el ponente- casos como el que nos ocupa muy probablemente habrían tenido una resolución diferente.

Extracto de la Resolución: Las informaciones a las que se refiere el solicitante relacionan a la Excm. Sra. Doña María Emilia Casas, Presidenta del Tribunal Constitucional, y su marido, Don Jesús Leguina, con la familia de D. Karmelo Landa, miembro que fue de la Mesa Nacional del partido Herri Batasuna, hoy ilegalizado por sentencia firme de los Tribunales de Justicia. Dichas informaciones se publicaron en el periódico *La Gaceta* los días 8, 11, 12 y 19 de noviembre de 2009 y también fueron recogidas por la cadena Intereconomía TV.

El ponente, antes de entrar a valorar el contenido de las mismas, requiere a D. Íñigo Corral Lozano que aclare si actúa únicamente en nombre propio o si lo hace en calidad de Jefe de Prensa de la Presidenta del Tribunal Constitucional. Transcurrido el plazo, y la ampliación del mismo solicitado por el demandante, éste manifiesta que no iba a contestar el requerimiento que se le había formulado. Ante lo cual, el ponente procede a valorar, en primer término, si cumple asimismo las previsiones reglamentarias establecidas en el artículo 9, sobre el “procedimiento por incumplimiento de normas”.

A tenor de lo dispuesto en dicho artículo, podrá presentar escrito de queja “cualquier persona física o jurídica que se haya visto afectada por la conducta de periodistas”. El firmante de la queja, en su propia identificación, no especifica la causa de su legitimación para presentarla, afirmando por el contrario que “actúa en nombre propio”, ante lo cual no está legitimado. Por otra parte, si el solicitante actuara en calidad de Jefe de Prensa de la Presidenta del Tribunal Constitucional, en la medida que se trata de unos hechos que afectan personalmente a la Presidenta de dicho Tribunal y a su entorno familiar, la queja plantearía una cuestión compleja de dirimir que requerirían analizar con cierto detalle los hechos. Sin embargo, como las informaciones

denunciadas afectan exclusivamente a la Presidenta del TC y a su familia, “es criterio del Ponente que de la mera existencia de una relación profesional entre el Sr. Corral y la Sra. Casas no se deriva habilitación suficiente para presentar el escrito de quejas”.

En consecuencia, el ponente eleva a la Comisión Permanente de la Comisión de Quejas y Deontología la propuesta de “declarar no admisible a trámite el escrito de queja presentado por D. Íñigo Corral Lozano. (Seguidamente el ponente hace unas consideraciones que han quedado reproducidas más arriba, en el Comentario de la Resolución, sobre algunas lagunas existentes en el Reglamento que de no existir habrían tenido una resolución distinta a la dada)

A la vista de los razonamientos de la ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología acuerda **declarar la inadmisibilidad de la reclamación** formulada por D. Íñigo Corral Lozano contra los periodistas D^a Rosalina Moreno, D. Carlos Dávila y D. Javier Ruiz.

- **Resolución 2010/46 (26 de Octubre)** *Sobre el comportamiento del periodista de no omitir informaciones esenciales sobre hechos de los cuales conozca su origen y de no publicar material informativo falso, engañoso o deformado.*

D^a. Lucía Figar, Secretaria de Comunicación del Partido Popular de Madrid, solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al diario *El País* por la publicación de un artículo el 9 de junio de 2010, donde se desprestigia a D. Francisco Granados, Secretario General del PP de Madrid.

Acuerdo: Estimatorio al vulnerar el artículo 13 del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Resolución donde se evidencia la manipulación del medio respecto a la traducción de un artículo en inglés publicado por *The Economist* con el propósito de desvirtuar la imagen de un destacado político madrileño. Pero también es significativo, por contradictorio, que un periódico como *El País*, que desde 1985 cuenta con un *Ombudsman* en sus páginas para defender a los lectores de las malas prácticas de sus redactores y editores, se negara a colaborar con la Comisión y ni siquiera contestara a sus requerimientos ni presentara escrito de alegaciones. Dar la callada como respuesta, en un procedimiento de autorregulación y ante un órgano de autocontrol, no parece que sea algo ejemplar para un medio que debería predicar con el ejemplo.

Extracto de la Resolución: Los hechos denunciados por el solicitante hacen referencia a un artículo sin firma publicado en el suplemento “Madrid” del diario *El País* de 9 de junio de 2009. Dicho artículo es una traducción de otro publicado por el semanario británico *The Economist* en inglés. En el mismo, según la denunciante, se desvirtúa de manera tendenciosa el contenido del artículo original con el ánimo de desprestigiar a Francisco Granados, Secretario General del PP de Madrid.

Tal como recoge la Resolución, y según marca el procedimiento de apertura de expediente en su artículo 6 del Reglamento, la Comisión, a través de la Secretaría, remitió un escrito al Director de *El País*, Javier Moreno, para que procediera a formular contestación y presentara las pruebas y alegaciones que considerada convenientes. Transcurrido ampliamente el plazo indicado, ni *El País* ni su director “han enviado contestación alguna a la Comisión de Quejas”.

Por su parte, la ponencia, después de examinar el texto denunciado por la recurrente y cotejarlo con la traducción del texto en inglés (hecha por intérprete jurado) considera que el contenido del artículo publicado por *El País* “puede ser considerado una pieza periodística engañosa o deformada en relación con la información original del periódico inglés”. Lo cual, significa una vulneración del artículo 13 del Código Deontológico de la FAPE, donde se señala explícitamente que el periodista se compromete a no omitir informaciones esenciales sobre los hechos que se propone difundir y a no publicar material informativo falso, engañoso o deformado.

Examinada la documentación se observa que, tanto en el título como en el primer párrafo de la información, *El País* utiliza el sustantivo “**despilfarro**” que no se corresponde con el verdadero sentido de la palabra inglesa utilizada en el texto original, “**pain**”. La traducción adecuada del titular del semanario británico, “**The pain in Spain**”, juego de palabras con rima consonante, sería “El mal español” o “La enfermedad española”, y no “El despilfarro español” como titula *El País*. Y por otra parte, en ningún párrafo del texto original se utiliza el concepto “**despilfarro**” (“**waster**”, en inglés), lo que tiene una considerable importancia desde el punto de vista de la información.

Otra cuestión que se desprende del análisis del contenido del texto original “nos permite llegar a la conclusión de que *El País* ha forzado la interpretación de la columna de *The Economist*, con objeto de presentar a Francisco Granados ante sus electores como referente paradigmático para describir el despilfarro del sistema económico español”. Sin embargo, una lectura del artículo original “nos conduce a conclusiones absolutamente contrarias”.

Por tanto, a la vista de los razonamientos de la ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología declara que el diario *El País* **ha vulnerado el artículo 13** del Código Deontológico de la FAPE, al omitir informaciones

esenciales sobre los hechos y hacer un uso inapropiado del material informativo utilizado para la elaboración del texto publicado.

- **Resolución 2010/47 (26 de Octubre)** *Sobre el respeto a la dignidad de las personas y especialmente de los más débiles y discriminados. Sobre el interés legítimo para formular una queja.*

D^a Ana M^a Martínez Otero solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al periodista Manuel Lama por un reportaje emitido en directo desde Hamburgo en Cuatro TV el 12 de mayo de 2010 a las 14.50 horas. (También se hace saber, que con anterioridad se habían recibido denuncias por parte de D^a Lorena Arroyo y D. Manuel Escobar, sobre idéntica materia).

Acuerdo: Estimatorio por incurrir en una infracción de los preceptos 4.b y 7.c del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Antes de entrar a valorar la actitud profesional del periodista, la Comisión hace una extensa argumentación para justificar la legitimidad de quienes presentan la queja. Si en anteriores ocasiones los sujetos no tenían la condición de afectados, y por tanto carecían de legitimación para proseguir con el procedimiento, en este caso la Comisión reconoce que los solicitantes, en su condición de destinatarios generales de la información que perciben, pueden sentirse afectados por el derecho general de los ciudadanos a recibir una información que no sobrepase los límites éticos de la profesión periodística. Y en consecuencia, al ser afectados por la actividad, existe interés legítimo para formular la queja. En cuanto al hecho denunciado, el espectáculo televisivo parece no tener límites. En esta ocasión

se trata de la utilización de una persona indigente en una conexión en directo, previo a un encuentro deportivo, que nada tiene que ver con el contenido del programa.

Extracto de la Resolución: Esta Resolución se compone de dos partes: de un lado, se justifica la legitimidad de los solicitantes y, de otro, se analizan los hechos denunciados.

Sobre la legitimación, la Comisión estima que sí existe interés legítimo de los reclamantes, tal como exige el artículo 9 del Reglamento de la Comisión para continuar con el procedimiento por incumplimiento deontológico. A dicha conclusión llega después de una amplia fundamentación jurídica sobre la condición de “afectado” y del concepto de “interés legítimo”. Según la ponencia, en las materias que son competencia de la Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE, la legitimación para presentar una denuncia tiene que contemplarse con el sentido amplio que para la legitimación establece el Tribunal Constitucional en sus varias sentencias, en las que pone de manifiesto “la obligación de interpretar con amplitud las fórmulas que las leyes procesales utilicen en orden a la atribución de legitimación activa para acceder a los procesos judiciales”. Y en esa línea interpretativa, que otorga un margen flexible a la consideración del interés legítimo, tiene en la Comisión de Quejas un condicionante muy significativo: cuanto es de su competencia derechos fundamentales consagrados en el art. 20.1.d) de la C.E. (de su texto se sigue que son titulares de los derechos allí reconocidos tanto quienes comunican información, como quienes la han de recibir).

En base a todo ello, la Comisión declara “que en el presente caso procede entrar en el fondo del expediente iniciado bajo las denuncias mencionadas, teniendo en cuenta la posible afectación del derecho general de los ciudadanos a recibir una información que no debe sobrepasar, si así

resultare de la tramitación, los límites éticos del ejercicio de la profesión periodística”.

Sobre los hechos denunciados, en el reportaje examinado por el ponente aparece el periodista Manuel Lama, micrófono en mano y tomado por las cámaras que graban la situación, cercano a una persona con apariencia indigente envuelto en una manta bajo el pretil de un puente de Hamburgo. El aire desenvuelto y dinámico del periodista contrasta con la del individuo mendicante, que es rodeado por los aficionados de un equipo de fútbol desplazados hasta esa ciudad con ocasión de un evento deportivo. A instancias del señor Lama inician una sucesión de donativos o limosnas: desde una entrega de 5 euros hasta un teléfono móvil o una tarjeta de crédito, que luego retiran. El conjunto de la escena –a juicio de la ponencia- resulta degradante: el indigente sufre un trato vejatorio en cuanto que el resultado del reportaje lo que hace es resaltar la condición mendicante del sujeto, su marginalidad, su condición de desposeído de la fortuna, su desamparo social. Y si bien es cierto que el reportaje responde a la realidad y, por tanto, no hay ningún déficit de veracidad, también existen “expresiones y testimonios vejatorios y lesivos de la condición personal del mendigo que centra el reportaje”.

La Comisión de Quejas y Deontología entiende que el valor de la dignidad humana no ha quedado respetado en el reportaje. Y, en consecuencia, declara que el reportaje emitido en directo por la cadena Cuatro el 12 de mayo de 2010 a las 14.50 horas, por el periodista Manuel Lama, **ha incurrido en una infracción de los preceptos 4.b y 7.c del Código Deontológico de la FAPE.**

- **Resolución 2010/48 (26 de Octubre)** *Sobre información que puede perjudicar a los menores en relación con un reportaje televisivo sobre delincuencia en la que intervienen menores.*

La Embajada de Colombia solicita a la Comisión de Quejas la apertura de expediente deontológico a la cadena de televisión Cuatro por la emisión del reportaje “Baby Sicarios” el 23 de abril de 2010 dentro del programa “Reporteros Cuatro REC”.

Acuerdo: Estimatorio al vulnerar los apartados 4.d y 6 del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Delicado asunto que tiene que ver con un reportaje sobre menores sicarios en Colombia. El motivo de la infracción deontológica es la aparición, en primer plano, de un menor de edad haciendo declaraciones sobre sus actividades delictivas. Aunque la intención del menor y de la cadena de televisión era que pudiera ser reconocido por su madre (llevaba ausente varios años), el hecho de que su rostro apareciera sin difuminar choca con lo que expresan las leyes y también la deontología profesional. La especial protección de los menores es algo que hay que extremar, sobre todo cuando se trata de aparecer en los medios de comunicación. Al respecto, la Comisión de Quejas y Deontología emitió el Informe/Resolución 2007/12, de fecha 18 de octubre, donde se detallan las disposiciones deontológicas del Código de la FAPE aplicables a los menores y donde deja muy claro que “el hecho de filmar imágenes de menores, víctimas de un delito y divulgar las imágenes grabadas, por televisión o cualquier otro medio periodístico, constituye una grave infracción de los principios deontológicos de la actividad periodística”. Supuesto aplicable al caso de esta Resolución.

Extracto de la Resolución: El contenido del reportaje televisivo que se alude trata el tema de los menores de edad sin hogar que se enrolan en las mafias colombianas para actuar de sicarios y cometer actos delictivos por encargo. Su título “Baby Sicarios” es lo bastante explícito. A juicio de la Comisión este reportaje está hecho con gran profesionalidad y veracidad, sin embargo, la aparición en el mismo de un menor, ofreciendo testimonio de sus actos, con el rostro completamente visible, es lo que ha motivado la queja del solicitante, al considerar que se vulneran los derechos del niño sobre la protección de su imagen e identidad. Destacar, tal como queda reflejado en la Resolución, que este reportaje, aunque fue emitido en la cadena Cuatro en España, también fue colgado en su web y, por tanto, tuvo una repercusión en Colombia que fue recogido por los medios de comunicación de aquel país. Como consecuencia de ello, la Agencia PANDI y la Alianza de la Niñez Colombiana remitieron escritos de repulsa tanto a Cuatro como a diversas asociaciones de periodistas españoles. Por su parte, ante las protestas desatadas, Cuatro justificó la aparición del niño en el reportaje diciendo que lo que se pretendía era que la madre pudiera reconocerlo y volver a encontrarlo después de tres años viviendo fuera de casa, que contó con el visto bueno de una psicóloga y que en la legislación colombiana se establece que no se darán identidades de menores “salvo cuando sea necesario para garantizar el derecho a establecer la identidad del niño o adolescente víctima del delito, o la de su familia si esta fuere desconocida” (Ley 1098/2006 de Infancia y adolescencia, art. 37); también optó por bloquear la imagen de Internet para evitar el acceso a su web desde aquel país.

Una vez analizados los documentos y visionado el vídeo del reportaje, la ponencia estima que la queja sobre la posible vulneración deontológica se concreta en “la inclusión en el reportaje televisivo, de imágenes nítidas de un menor de edad fuertemente implicado en la comisión de delitos”. Destaca también que la imagen del menor y su testimonio consume 6 minutos y 17

segundos, metidos sobre el conjunto del reportaje que dura 49 minutos y 11 segundos.

El ponente reconoce que la información y los datos del reportaje han sido obtenidos con diligencia, son absolutamente veraces y están debidamente contrastados. Pero en la medida en que constituye una denuncia sobre hechos sociales amargos y degradantes que pueden arrojar una imagen peyorativa y generalizadora respecto al país en el que sucede, es natural que todo ello duela a las instituciones y medios colombianos que han formulado la denuncia. “Mas lo cierto es que la calidad de este trabajo periodístico se basa en la intensidad y valentía de la investigación y en el cuidado de la información, de los textos y de la imagen (...) no aparece distorsión alguna ni en el visionado, ni en el texto, ni en la opinión, ni en las intervenciones de cuantos pudieran estar afectados”. El único contenido cuya reprochabilidad puede analizarse como consecuencia de las denuncias es la emisión de la imagen nítida, y por un tiempo significativo, de un menor de edad que confiesa su implicación en actos criminales.

Sobre ese hecho, las normas vigentes son sustancialmente coincidentes en cuanto a la protección a la infancia y adolescencia. En la obligación del periodista está la de abstenerse de entrevistar, fotografiar o grabar a los menores de edad sobre temas relacionados con actividades delictivas o privadas (Código Deontológico, art. 4.d y 6); y así lo recoge también el Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia en su apartado 2.a: “No se emitirán imágenes ni menciones identificativas de menores como autores, testigos o víctimas de actos ilícitos”. En ese aspecto, para la Comisión de Quejas y Deontología no existen dudas sobre el hecho de que las imágenes de los menores de edad deben ser tratadas como dicen las normas establecidas para definir el límite de protección constitucional referido del art. 20.4 de la Constitución. Por eso, que en el reportaje de Cuatro se haya difundido durante 6 minutos y 17 segundos tanto la imagen como la voz directa de un

menor, “constituye, a juicio de esta Comisión de Quejas, un exceso que merece la declaración de considerar infringidos el apartado 4.d y el apartado 6 de los principios generales del Código Deontológico”²⁶⁷

A pesar de que Cuatro adoptó medidas para limitar geográficamente la difusión del reportaje (hecho que la Comisión califica de encomiable esfuerzo), tales medidas revelan que el propio medio tuvo en ese momento la percepción de que el contenido del reportaje podría ser, cuanto menos, inapropiado para alguna parte del mundo. Y, por otra parte, el que la imagen directa, visible e identificable del menor contaba con el consentimiento expreso de éste, precisamente por ser menor, su consentimiento explícito debió ser suplido o complementado por quien tuviera la competencia para ello (en ese caso, como no era posible el de los padres, se debería haber recurrido a los poderes públicos), a los que no se recurrió y ni siquiera se intentó. Y sobre la justificación de ser visto para intentar ser reconocido por la madre, es una finalidad que no subsana el quebrantamiento de un principio tan claro como el infringido; además, no se ha tratado de una imagen fugaz acompañada de un llamamiento a la madre, sino de una larga entrevista llena de condicionantes para el presente y el futuro del menor, y cuyo llamamiento a la madre apenas tiene peso ni protagonismo. Para la Comisión, dada la calidad y profesionalidad del reportaje, hubiera sido deseable haber encontrado alguna fórmula para que, evitando la difusión directa de la imagen, se mantuviera la protección última de la intimidad y dignidad del menor, tal como se ha hecho con otros protagonistas también menores.

²⁶⁷ Art. 4: “Sin perjuicio de proteger el derecho de los ciudadanos a estar informados, el periodista respetará el derecho de las personas a su propia intimidad e imagen, teniendo presente que: (...) d) Se prestará especial atención al tratamiento de asuntos que afecten a la infancia y a la juventud y se respetará el derecho a la intimidad de los menores”.

Art. 6: “Los criterios indicados en los dos principios anteriores se aplicarán con extremo rigor cuando la información pueda afectar a menores de edad. En particular, el periodista deberá abstenerse de entrevistar, fotografiar o grabar a los menores de edad sobre temas relacionados con actividades delictivas o enmarcables en el ámbito de la privacidad”.

Teniendo en cuenta todas estas consideraciones, la Comisión de Quejas y Deontología, entiende que el reportaje “Baby sicarios” de Cuatro **ha incurrido en una vulneración** de los principios recogidos **en los apartados 4.d y 6 del Código** Deontológico de la FAPE.

- **Resolución 2010/49 (26 de Octubre)** *Sobre el derecho a la libertad de expresión en relación con declaraciones realizadas por D. Fernando González Urbaneja sobre la práctica del periodismo.*

D^a Eva Santos Merinera y 15 periodistas más, debidamente identificados, solicitan a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a D. Fernando González Urbaneja, periodista y Presidente de la APM, por sus declaraciones en el *Faro de Vigo* el 15 de julio de 2010 sobre la forma de hacer periodismo de Telecinco.

Acuerdo: Desestimatorio por no vulnerarse ninguna norma deontológica del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Esta Resolución recoge la reacción de 16 periodistas de Telecinco que se sienten ofendidos por unas declaraciones de González Urbaneja respecto al tipo de periodismo que se hace en ese medio de comunicación y que, además, las haga siendo presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM). Sin embargo, la Resolución deja claro dos cosas: que tales declaraciones, recogidas en una entrevista en *El Faro de Vigo*, están hechas a título personal, como periodista y analista económico, y no como presidente de la APM; y que no se trata de información, sino de una opinión propia y, por tanto, avalada por la libertad de expresión. No obstante, aunque no le falta razón a los argumentos de la Resolución, quizá sería conveniente

recordar que cuando un personaje tiene una cierta relevancia por su trayectoria profesional y/o personal, es bastante difícil desvincular las opiniones propias de los cargos que representa. Lo que significa, en este caso, que el señor Urbaneja, además de reputado periodista, al estar representando a un colectivo profesional muy numeroso e importante, cualquier actuación u opinión suya tendrá una repercusión mayor dado el cargo que sustenta.

Extracto de la Resolución: En la Resolución se indica que a pesar de que las solicitudes han sido presentadas individualmente, éstas se van a resolver de forma conjunta dado que tienen en común el motivo de la queja y que todos los solicitantes ejercen profesionalmente en el mismo medio de comunicación al que se refiere el demandado en sus manifestaciones. También se tiene en consideración la doctrina del interés legítimo señalado por la Comisión de Quejas y Deontología.

Las declaraciones motivo de las quejas se hacen en el marco de una conferencia-debate, en un curso de verano de la UNED en Pontevedra, ofrecida por González Urbaneja, cuyo título “La crisis, un peligro para la libertad de información” trata sobre la situación del periodismo en medio de la crisis. En la misma, el demandado expone un análisis crítico del panorama mediático español, señalando entre otras cuestiones el peligro de la banalización del periodismo y su conversión en un periodismo de espectáculo. Sólo colateralmente se refiere al tipo de periodismo que hace Telecinco e, indirectamente, a Sara Carbonero, objeto de las reclamaciones presentadas. Estos hechos son aprovechados por *El Faro de Vigo* para realizarle una entrevista al señor González Urbaneja y donde éste contesta a las preguntas con opiniones propias. Por tanto, es necesario distinguir –dice la ponencia– que el demandado interviene, tanto en el curso de verano como en la entrevista, en calidad de periodista y no como presidente de la APM y en ese contexto deben ubicarse sus manifestaciones y opiniones.

Respecto a las quejas formuladas por los solicitantes, donde indican que Urbaneja dijo que “la forma de hacer periodismo en Telecinco es deplorable”, es preciso destacar que en verdad no lo dijo así, sino que “la forma de hacer periodismo de Telecinco es deplorable”, lo que difiere bastante el sentido de la frase. Además, en el conjunto de la entrevista, el ponente a constatado que las referencias a Telecinco son muy escuetas, colaterales y anecdóticas: únicamente se refiere en dos ocasiones y reiteró sus críticas a Telecinco respecto al caso Sara Carbonero, cuando reprochó a la cadena de televisión el papel que desempeñó la reportera en el mundial de fútbol. Y desde ese “reproche específico y concreto a Telecinco como cadena de televisión-medio de comunicación donde trabaja Sara Carbonero, es como debe interpretarse sus referencias a Sara Carbonero, partiendo de que la causa del reproche radica en la propia Telecinco como cadena de televisión y no en Sara Carbonero” (algunos solicitantes se quejaban en sus demandas de que Urbaneja había criticado a Sara Carbonero). La transcripción de la pregunta-respuesta es esta:

¿Mantiene su opinión sobre el papel de Sara Carbonero en el mundial de fútbol?

Yo no hice ninguna declaración sobre Sara Carbonero, yo hice las declaraciones sobre la forma de hacer periodismo de Telecinco, que es deplorable. Y no puedo contribuir a la banalización, yo tengo todo el respeto por Sara Carbonero y por todos los colegas periodistas que trabajan en Telecinco, que bastante tienen con trabajar en Telecinco.

De todo ello se deduce que González Urbaneja en ningún caso generaliza su calificativo de deplorable “a toda la redacción” o “a Sara Carbonero” como se dice en varias reclamaciones, ya que el calificativo de deplorable se atribuye únicamente a Telecinco como cadena y empresa informativa. Además, la RAE define deplorable como: *lamentable, infeliz, casi sin remedio*, por lo que su significado “no lleva consigo ninguna atribución de insulto y supone únicamente un juicio de valor negativo y subjetivo de González Urbaneja, con el que se puede estar de acuerdo o no, pero que está

protegido constitucionalmente por la libertad de expresión”. Por otro lado, sus declaraciones se inscriben claramente en reflexiones generales del periodismo, teniendo en consideración también que el ejercicio de la libertad de opinión, tal como señala el artículo 17 del Código Deontológico de la FAPE “no obliga a ser neutral”.

En conclusión, según las comprobaciones realizadas sobre las declaraciones motivo de las quejas, el ponente considera que es un error atribuir a González Urbaneja la atribución del calificativo deplorable a los periodistas de Telecinco, lo que deja sin sentido su cita de amparo del art. 9²⁶⁸ del Código Deontológico. Y también es erróneo tratar como informaciones lo que es únicamente la emisión de opiniones del demandado, lo que deja sin sentido su apelación al art. 13 a y c del Código Deontológico, que se refiere únicamente a informaciones. Ante lo cual, la ponencia “constata error en los hechos expuestos, error en su imputación por parte de los reclamantes y confusión al tratar como emisión de información lo que realmente es una emisión de opiniones por parte de González Urbaneja sobre el periodismo de Telecinco al amparo de la libertad de expresión”.

A la vista de los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología resuelve por unanimidad que por parte del Sr. González Urbaneja **no existe vulneración de las normas** del Código Deontológico de la FAPE.

²⁶⁸ Art. 9: “El periodista tiene derecho a ser amparado tanto en el marco de su propia empresa como por las organizaciones asociativas o institucionales, frente a quienes, mediante presiones de cualquier tipo, pretendan desviarle del marco de actuación fijado en el presente Código Deontológico”.

13.7. Resoluciones año 2011 (2011/50 a 2011/59)

- **Resolución 2011/50 (12 de Abril)** *Sobre la publicación de informaciones no contrastadas, sin dar oportunidad a la persona afectada de ofrecer su propia versión de los hechos.*

D. Carlos Delgado, concejal del Ayuntamiento de Leganés, solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al periódico *Ahora Leganés* por la información aparecida referente a su persona en el número 4 de esa publicación correspondiente a la segunda quincena de enero de 2011.

Acuerdo: Estimatorio por vulnerar el artículo 13.a del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: El problema denunciado en esta Resolución vendría a justificar aquella máxima de los malos periodistas que dice: “no dejes que una verdad te estropee un buen titular”. En este caso se trata de una noticia, armada con datos veraces, pero cuyo resultado es muy distinto de la atribución que se hace (la información viene a decir que en el domicilio particular de un concejal figura también la sede social de dos empresas). Sin embargo, a pesar de que los documentos registrales son veraces, la inscripción de las empresas en esa dirección son anteriores a la compra de la vivienda por parte del actual propietario. Un dato que, de haberse contrastado, hubiera desvelado el error. La cuestión, en la que por cierto la ponencia no entra a valorar, es si se trata de una negligencia o, por el contrario, de una actuación deliberada para no estropear el titular.

Extracto de la Resolución: La información a la que hace referencia el solicitante aparece en la portada y en la página 3 del periódico local *Ahora Leganés* con el siguiente titular: “El domicilio del concejal de ULEG²⁶⁹ figura como sede social de dos empresas”. En la demanda se recogen varias quejas que van desde que los hechos no fueron contrastados, ni con el propietario de la vivienda ni con los responsables de las empresas, hasta que los datos sobre el domicilio particular del concejal podrían afectar tanto a su seguridad personal como a la de su familia. Otras quejas, no consideradas por la ponencia, hacen referencia a la ideología del medio y su proximidad al alcalde.

Según el ponente, de la lectura de la noticia se revela la existencia de unas inscripciones registrales, tomadas de los Registros de la Propiedad y Mercantil, que hacen coincidir dos datos sobre un mismo inmueble: de un lado, la propiedad, perteneciente al Sr. Delgado Pulido; y de otro, la identificación en el mismo inmueble del domicilio social de unas sociedades mercantiles. También destaca que la información se limita a presentar los datos tomados de las inscripciones registrales, que son por sí mismas ciertas en cuanto a tales inscripciones, y sólo en el conjunto de los titulares puede aparecer un tono sugerente, un aire de reproche al concejal Delgado Pulido. En consecuencia, la Comisión entiende que la veracidad del Registro en cuanto tal es palmaria y, por tanto, se parte de un supuesto formalmente veraz (información registral) y de una presentación aparentemente opinativa que es libre, no sujeta a restricción.

Sin embargo, tal como denuncia el demandante, el periódico nunca contrastó la información con los afectados, en especial con el afectado, pero tampoco con los responsables de las empresas a las que se alude en la noticia. La obligación de contrastar los fundamentos fácticos de una noticia –vendrá a decir el ponente- la impone el artículo 13.a del Código Deontológico, que dice así: “Deberá fundamentar las informaciones que difunda, lo que incluye el

²⁶⁹ ULEG, son las siglas de Unión por Leganés, un partido político independiente que concurrió a las elecciones municipales de Leganés y obtuvo representación en el Ayuntamiento.

deber de contrastar las fuentes y el de dar la oportunidad a la persona afectada de ofrecer su propia versión de los hechos” El imperativo “deberá” explicita el mandato normativo con rotundidad. El periódico *Ahora Leganes* no sólo no ha acreditado sino que ni tan siquiera ha alegado a la Comisión haber contrastado o intentado contrastar con las personas afectadas. No hubiera sido difícil, puesto que el medio disponía de los datos registrales donde se referencian los titulares de la vivienda y de las empresas.

La ponencia deja claro que de haberse contrastado la información, se habría “aclarado que el domicilio social coincidente con la propiedad se refiere a empresas del anterior titular de dicha propiedad”. Pero al no haber emprendido comprobación alguna, el mensaje transmitido es el de la referida coincidencia, “brindando al lector un amplio margen de opinión que en todo caso puede sugerir o aparentar un vínculo que, siendo desvalorativo, podría haber sido desmentido”. Además, el propio hecho de que el texto de la información y el subtítulo expresen que el concejal Delgado Pulido “no ha explicado que su domicilio figura como sede de dos empresas...” acentúan el efecto negativo de no haberle dado la oportunidad de ofrecer su propia versión. Y, por otra parte, al no haber contrastado la información con los interesados, se ha puesto de manifiesto una situación objetiva que parece conducir a un juicio peyorativo sobre el señor Delgado Pulido, puesto que contrastando los hechos con él, los lectores hubieran tenido la oportunidad de valorar tanto los hechos como su explicación.

Otra grave consecuencia de esa falta de contraste, es que los destinatarios de la información “han podido recibir un mensaje perjudicial para la imagen pública de un personaje del mundo de la política sobre el que, con un titular –en sí mismo veraz-, se arroja la sombra de una duda que bien pudo ser evitada con solo haber dado la oportunidad a la persona afectada de ofrecer su propia versión de los hechos. El resultado fue una deformación de la realidad, que habría sido evitable”. De ahí que la Comisión considere

vulnerado el principio establecido en el art. 13.a del Código Deontológico, porque se constata que, además de no contrastar la información, el texto de la misma parece reprochar “la falta de explicación de aquel a quien ni tan siquiera se le ha pedido explicación”.

Sobre la queja referente a que los datos publicados pueden afectar a la seguridad personal del demandante o de su familia, el ponente opina que dichos datos están tomados del Registro de la Propiedad y del Mercantil, y que la publicidad de estos registros tiene un valor jurídico de publicidad frente a terceros. Por tanto, debe considerarse que la utilización de notas informativas simples expedidas por el Registro difícilmente pueden ser objeto de restricción. Además, “con la identificación del domicilio particular de una persona con relevancia política no se publicitan datos sensibles y susceptibles de especial protección”, máxime cuando el propio señor Delgado Pulido –en aras de su transparencia como político- ha declarado esa propiedad públicamente, además de tenerla inscrita en el Registro de la Propiedad.

A la vista de las consideraciones de la Ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología entiende que el periódico *Ahora Leganés* **ha incurrido un una vulneración del artículo 13.a** del Código Deontológico de la FAPE.

- **Resolución 2011/51 (12 de Abril)** *Sobre el ejercicio profesional del derecho de veto por parte del director del diario Heraldo de Aragón, en relación con unos textos dirigidos a la sección “Cartas de los lectores” de este periódico.*

D. Luís Fernando Torres Vicente solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al director del *Heraldo de Aragón*, D. Miguel Iturbe Mach, por negarse a publicar varias “Cartas al director” sobre diversos temas.

Acuerdo: Desestimatorio por no existir incumplimiento deontológico alguno.

Comentario personal: En esta Resolución se deja clara la competencia que tienen los directores para decir lo que se publica en sus medios. Ante la queja de un lector, que recrimina la actitud del director por no publicar las cartas que éste envía al periódico, la Comisión reconoce dos cosas: una, que el director de un periódico está perfectamente legitimado para decidir profesionalmente sobre la orientación y determinación del contenido de sus páginas; y dos, que la práctica de ese derecho no vulnera en modo alguno ningún precepto deontológico. Es decir, que en el caso que nos ocupa, los directores disponen de amparo jurídico y deontológico.

Extracto de la Resolución: El solicitante denuncia que el director del *Heraldo de Aragón* no ha publicado ninguna de sus cinco cartas enviadas a ese periódico sobre temas diversos. Y ante esta actitud, dice sentirse censurado además de acusar al periodista de incumplir varias normas deontológicas: falta de profesionalidad e imparcialidad, impedir la libertad de investigar, violar el derecho de los ciudadanos a estar bien informados, violar la libertad de expresión, o se tratado como un delincuente.

Por su parte, el *Heraldo de Aragón*, a través de su subdirector, en sus alegaciones destaca que no todas las cartas que llegan al periódico son publicadas, como así ocurre en la práctica totalidad de los diarios. Además, señala que la decisión sobre lo que se publica es un derecho inalienable del director, que en modo alguno está dispuesto a renunciar. Y que la práctica de ese derecho “en modo alguno conculca ninguna de las normas deontológicas de la profesión”.

Según el ponente, las normas deontológicas que el solicitante considera vulneradas están todas ellas sacadas del contexto del Código Deontológico. En dicho texto los principios que se promulgan actúan como pautas de

comportamiento para valorar el trabajo de los profesionales cuando elaboran mensajes con destino a los lectores o audiencia. Afecta, por tanto, al trabajo cotidiano de los periodistas por lo que estos escriben o dicen, no por lo que callan, pues “el silencio del periodista es una de las herramientas habituales de su trabajo”. Desde ese enfoque carece de base parte de las acusaciones que el recurrente plantea en su escrito de queja. Y sobre el resto de ellas, como son formulaciones altamente genéricas e inconcretas, carecen de peso argumental.

Sobre la decisión de no publicar las cartas que el demandante remitió al periódico *Heraldo de Aragón*, hay que destacar que en España, el obligado respeto a la libre toma de decisiones confiada al director de un periódico, no es sólo una convención social que regula en este país la práctica profesional del periodismo, sino que se trata de un derecho reconocido por las leyes legales hoy vigentes. Así, la Ley 14/1966, de 18 de marzo, de Prensa e Imprenta, establece de manera inequívoca las atribuciones legalmente reconocidas al director de un periódico:

Art. 34. Director: “Al frente de toda publicación periódica o agencia informativa, en cuanto medio de información, habrá un Director, al que corresponderá la orientación y la determinación del contenido de las mismas, así como la representación ante las autoridades y tribunales en materias de su competencia”.

Art. 37. Derechos: “El Director tiene el derecho de veto sobre el contenido de todos los originales del periódico, tanto de redacción como de administración y publicidad, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 6 sobre inserción necesaria”.

Así, el director del periódico no sólo está legitimado para decidir sobre la orientación y la determinación de los contenidos de sus páginas (art.34), sino que, además, tiene reconocido el derecho de veto sobre el contenido de

todos los originales (art. 37). Y, por otra parte, tal como indica en sus alegaciones el propio *Heraldo de Aragón*, es preciso reconocer que “la publicación o no de una ‘Carta al director’ es un derecho inalienable de la dirección de un periódico” y, por tanto, hay que aceptar la subsiguiente afirmación que la “práctica de este derecho en modo alguno conculca ninguna norma deontológica de la profesión periodística a las que alude el reclamante”.

A la vista de los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología declara que el director del *Heraldo de Aragón*, D. Miguel Iturbe Mach, ha actuado correctamente y, por consiguiente, **carece de base la acusación de incumplimiento de las normas deontológicas** formulada por el recurrente.

- **Resolución 2011/52 (12 de Abril)** *Sobre el compromiso del periodista a no omitir informaciones esenciales sobre hechos de los cuales conozca su origen y de no publicar material informativo falso, engañoso o deformado.*

D. Rubén Sánchez, portavoz de FACUA-Consumidores en Acción, solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al periódico *La Gaceta*, por la manipulación de un artículo de opinión, y del programa de Intereconomía TV “El gato al agua”, por la campaña llevada a cabo desde ese medio contra FACUA y su defensa de la Ley del Tabaco.

Acuerdo: Estimatorio por vulnerar los artículos 13, en el caso de *La Gaceta*; y 3 y 13.a, en el caso de “El gato al agua”, del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: En esta Resolución se recoge la queja formulada por una Asociación de Consumidores contra dos medios del Grupo Intereconomía, acusados de manipular la información y el contenido de un artículo de opinión acerca de la Ley del Tabaco. En la misma queda claro que tanto *La Gaceta* como el programa televisivo “El gato al agua” manipularon la opinión de FACUA para adaptarla a su línea editorial y desatar una campaña crítica contra la política antitabaco del gobierno del PSOE.

Extracto de la Resolución: Según denuncia el solicitante, *La Gaceta* solicitó a FACUA un artículo de opinión que defendiese “la posibilidad de denunciar a los establecimientos que incumplan la ley antitabaco” puesta en vigor por el Gobierno por esas fechas. Sin embargo, una vez publicado el contenido del artículo, éste aparece insertado bajo el enunciado “¿Es partidario de delatar a los fumadores?” y a continuación se le añade al texto original las palabras “Sí, porque”, al inicio de cada párrafo, con el propósito de adecuar el texto original a otro fin distinto (denunciar a los fumadores y no a los establecimientos, como habían dicho). A juicio de los denunciantes, la manipulación del texto por parte del periódico se enmarca en una campaña llevada a cabo desde los medios del Grupo Intereconomía contra la Ley del Tabaco, en la que se ha criticado e insultado a FACUA por desarrollar una campaña para denunciar el incumplimiento de dicha norma. Y así se evidencia a través de los contenidos y comentarios que se hacen en “El gato al agua”, cuyas opiniones e informaciones, tanto de los invitados como de su presentador, intentan desprestigiar a FACUA y vincularla con el partido del Gobierno.

Tras la lectura de los documentos aportados, para el ponente queda claro que el artículo enviado por FACUA insertado en *La Gaceta* está precedido de la pregunta “¿Es partidario de delatar a los fumadores?”, cuando en realidad se había pedido un texto que defendiese la posibilidad de denunciar a los establecimientos de incumplieran la Ley antitabaco. Es

evidente que no es lo mismo ser partidario de delatar a los fumadores que pedir la denuncia de los incumplimientos de la Ley. Con este titular “*La Gaceta* pervierte y deforma el contenido del artículo de FACUA, ya que les presenta como partidarios de la delación de los ciudadanos que fumen en locales prohibidos, actitud más propias de las dictaduras”. Al mismo tiempo, al dividir el texto en cuatro párrafos, y en cada uno precedido de un SI –añadido al original enviado por FACUA- que hace referencia directa al título ¿Es partidario delatar a los fumadores? FACUA aparece como partidaria de la delación, lo que “evidencia claramente la manipulación de *La Gaceta*”.

El ponente también resalta que tras la solicitud de rectificación por parte de Asociación, *La Gaceta* rectificó con claridad y se atuvo, punto por punto, al requerimiento de FACUA. De ese modo cumplió con el apartado 13.b del Código Deontológico en el sentido que “una vez advertida la difusión de material falso, engañoso o deformado, estará obligado a corregir con toda rapidez y con el mismo despliegue tipográfico empleado para su difusión”.

Sobre las críticas realizadas en el programa de televisión “El gato al agua”, el ponente deja claro que se tratan de opiniones y no de informaciones. Su formato basado en la tertulia “es fundamentalmente opinativo y, como tal, subjetivo en sus expresiones”. Incluso adjetivos como zafio, bodoque o miserable, dirigidos al portavoz de FACUA, no pueden considerarse insultos. Sin embargo, lo relevante de esta tertulia es que el director de *La Gaceta* (presente en la misma), habiendo publicado ya la rectificación de FACUA, en la que señalaba que “sólo fomenta denuncias contra empresas y organismos que incumplan la Ley y nunca denuncie a fumadores”, no lo aclarase en ningún momento y permitiese la confusión entre ambas actitudes “sin dar la oportunidad a la persona afectada de ofrecer su propia versión de los hechos”, tal como establece el artículo 13.a del Código Deontológico. Asimismo hubieran podido también ser contestadas las preguntas de los tertulianos sobre la supuesta vinculación de FACUA con el PSOE.

A la vista de los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología declara que *La Gaceta*, al añadir palabras que deforman el texto original, **ha vulnerado el artículo 13** del Código Deontológico de la FAPE. Al mismo tiempo también destaca que respetó, en tiempo y forma, el derecho de rectificación exigido por FACUA. Y respecto al programa “El gato al agua”, la Comisión declara que **ha vulnerado los artículos 3 y 13.a**, al no dar a FACUA la oportunidad de ofrecer su propia versión de los hechos y ocultar el contenido de la rectificación publicada.

- **Resolución 2011/53 (12 de Abril)** *Sobre el uso de material informativo engañoso o deformado.*

La Asociación Española de Pediatría (AEP) solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a Canal Mundo Producciones y Antena 3 TV acerca del reportaje “La fábrica de los bebés” realizado por los primeros y emitido por los segundos, donde se recogen declaraciones del doctor Fernando Malmierca, Vicepresidente de la AEP, obtenidas de forma engañosa y en un contexto diferente al de la entrevista.

Acuerdo: Estimatoria al vulnerar el artículo 13 del Código Deontológico de la FAPE (sobre la actuación de Antena 3 TV la Comisión no se pronuncia)

Comentario personal: No es la primera vez que la Comisión recibe una queja por esta mala práctica periodística sobre el uso de imágenes y testimonios conseguidos de forma engañosa²⁷⁰. La estrategia utilizada es contactar con una persona entendida, que sirva de fuente sobre un tema

²⁷⁰ En la Resolución 2008/23 (de fecha sin determinar) ya se trató un tema de características similares, en aquella ocasión sobre un reportaje sobre la cirugía estética en Telecinco.

ficticio y nada polémico, para posteriormente colocar parte de sus declaraciones en un reportaje que nada tiene que ver con el propuesto y cuyo tema suele ser comprometido. Así, a modo de puzzle, el periodista edita un programa a la carta según su propio interés, lo que significa una manipulación en toda regla tanto de las fuentes como del material conseguido y editado. Ya advertimos en la Resolución anterior del peligro de estas malas prácticas: primero, porque la información se consigue de manera fraudulenta; y segundo, porque las fuentes pierden toda la confianza en los periodistas al sentirse engañados y traicionados.

Extracto de la Resolución: Según los hechos denunciados, Canal Mundo Producciones, a través de la periodista Rocío Soriano, contactó con la Asociación Española de Pediatría para pedirle colaboración sobre un reportaje que iban a realizar sobre “los niños de 0 a 14 años en la actualidad”. Así mismo, les facilitó las preguntas que iban a realizar al pediatra que la AEP propusiera. Dichas preguntas eran: 1) El papel del pediatra respecto a un niño de 0 a 14 años, 2) El papel de la Asociación Española de Pediatría, actividades que realizan, y 3) Mortalidad infantil actual en España y causas de muerte más frecuentes en la actualidad. El doctor Fernando Malmierca, Vicepresidente de la AEP, se ofreció a grabar la entrevista. Sin embargo, en el transcurso de la misma, la periodista introdujo una cuarta pregunta respecto a si era posible que un bebé pudiese morir por otitis, a lo que el doctor respondió que la otitis no puede ser causa de muerte de un recién nacido.

El 3 de noviembre de 2010, Antena 3 TV emitió un reportaje de 54 minutos de duración titulado “La fábrica de bebés” acerca de la venta de bebés en algunas clínicas de Madrid entre los años 1960 y 1980, donde a algunas parturientas se les decía que su bebé había nacido muerto. Entre los testimonios que aparecen se ofrece las declaraciones del doctor Malmierca respondiendo únicamente a la pregunta sobre la otitis como posible causa de

muerte de bebés, que el doctor responde en sentido negativo, a la vez que se exhibe una fotocopia de un parte de defunción por otitis de una niña recién nacida en la Clínica O'Donell de Madrid el 18 de enero de 1965.

Analizada la documentación aportada por las partes y el vídeo del reportaje, para el ponente queda probado que la periodista Rocío Soriano propuso a la AEP un tema de reportaje completamente distinto al emitido, que además de las tres preguntas anticipadas, se incluyó una cuarta que, a pesar de que no tenía nada ver con las otras, el doctor Malmierca también respondió. Sin embargo, dicha pregunta sí guarda relación con el contenido del reportaje emitido titulado “La fábrica de bebés”, en el cual se inserta la secuencia con la respuesta del pediatra. Esta actitud hace pensar “que la pregunta tenía el objeto de obtener la respuesta que efectivamente obtuvo, con el exclusivo y no confesado propósito de convertir la secuencia, al desmentir las manifestaciones del doctor Malmierca con un documento de hace 45 años, en importante apoyo a las acusaciones que iban a hacerse en ese futuro reportaje”. Por consiguiente, esa pregunta “sui generis” que se hace al doctor Malmierca, unida al hecho de llevar preparado la periodista un parte de defunción de 1965 firmado por otro facultativo, en el que se atribuye la muerte por otitis de una recién nacida, “no podía tener otro objeto que la fraudulenta obtención de una prueba prefabricada destinada a ser injertada posteriormente en el reportaje “La fábrica de bebés” para reforzar las afirmaciones de ‘Canal Mundo’ sobre adopciones ilegales, venta de bebés, etc..”.

A la vista de los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología declara que la conducta de la periodista Rocío Soriano y de la empresa Canal Mundo Producciones, incluyendo en el reportaje “La fábrica de bebés” una entrevista con el doctor Fernando Malmierca, obtenida de otro reportaje que nada tenía que ver con el anterior, debe ser calificada como

información engañosa y deformada, constitutiva de **infracción del artículo 13** del Código Deontológico de la FAPE.

- **Resolución 2011/54 (Diciembre)**²⁷¹ *Artículo en prensa al que se le imputa un concreto contenido informativo falso.*

D. Víctor Manuel Arbeloa solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al periodista Patxi Zamora por el artículo de opinión publicado en *Diario de Noticias* de Navarra el 26 de junio de 2011 bajo el título “PSN cambiar (también a Jiménez) o desaparecer”.

Acuerdo: Desestimatorio al no vulnerarse ninguna norma deontológica.

Comentario personal: Esta Resolución deja claro cuándo el derecho a la información y de expresión tienen un papel relevante sobre el derecho al honor. El supuesto que se recoge tiene la singularidad de esa prevalencia que existe en determinados casos, y éste es uno de ellos. También es significativa la prestancia del medio al publicar la rectificación enviada por el aludido en respuesta al artículo denunciado, donde éste pudo defenderse y desmentir aquello que consideró oportuno.

Extracto de la Resolución: El artículo denunciado hace un repaso sobre los avatares de la vida política navarra a lo largo de los años, en el que se relatan circunstancias y conductas atribuidas a protagonistas de la realidad política de esa comunidad autónoma. El mismo contiene una cascada de opiniones y nombres de personas, algunas de ellas mencionadas en varias ocasiones (se cita hasta 9 nombres, alguno, como el de Roberto Jiménez, aparece hasta 5

²⁷¹ En la Resolución no se indica el día del mes.

veces), sin embargo, en el caso del solicitante, sólo se cita una vez dentro del siguiente párrafo:

...por el contrario las mismas fuentes no tardaron en tirar de la manta –tras el chivatazo de otro dirigente del propio PSN, Víctor Manuel Arbeloa- para denunciar que el sucesor de Urralburu al frente del Gobierno, Javier Otano, también tenía cuentas en Suiza.

Tras la publicación de este artículo, firmado por Patxi Zamora el 26 de junio de 2011, el mismo periódico insertó, el 5 de agosto, bajo el título “Respuesta a Patxi Zamora” la rectificación transcribiendo el texto exacto de la carta enviada por el señor Arbeloa. La queja que presenta el demandante se centra en que Zamora le acusa “de haber chivado-delatado a mi compañero entonces de partido”.

Por parte del ponente se observa que el texto denunciado es un artículo periodístico que contiene opiniones vinculadas a inevitables referentes fácticos y que conciernen a muchas personas. Que el hilo conductor de las críticas y menciones revela un determinado punto de vista partidario del autor del artículo, que muestra su posición crítica para las conductas de otros personajes situados en ámbitos diferenciados de la política. Pero que desde la perspectiva del derecho a la información y de la libertad de expresión, ninguno de los trazos del artículo vulneran las normas deontológicas que el denunciante cita como infringidas. En definitiva, “estamos en presencia de uno de esos relatos opinativos, donde el encadenamiento de los hechos, de las conductas y de las personas aparece difuminado por la interpretación ideológica que los envuelve”. Y que la jurisprudencia constitucional ha perfilado con toda claridad la preeminencia (posición prevalente) que ostenta el derecho a la información sobre el derecho al honor, esencial para la formación de una opinión pública libre e indispensable para el pluralismo político.

Por otro lado, el único referente fáctico concerniente a don Víctor Manuel Arbeloa parece ser descrito como “chivatazo” para denunciar que el sucesor de Urralburu al frente del Gobierno, Javier Olano, “también tenía cuentas en Suiza”. Ello revela –continúa el ponente- el poco significativo peso

que tiene la mención directa del señor Arbeloa en el conjunto del texto denunciado. “El Sr. Arbeloa al acotar esas líneas (apenas una) que a él se refieren, simplifica el sentido del conjunto, que en modo alguno es el de un ataque al honor el Sr. Arbeloa, sino muy claramente un alegato histórico-crítico sobre episodios y avatares políticos acaecidos en Navarra y que el autor del artículo, Sr. Zamora, narra, interpreta y explica desde su propia perspectiva”. Y, de otra parte, en el artículo de rectificación que se publicó con posterioridad, el Sr. Arbeloa dejó clara ante la opinión pública, que “no supe una palabra de las cuentas en Suiza de las que me enteré como casi todos por la prensa”.

Así pues, la atribución al Sr. Arbeloa de una conducta (un chivatazo) resulta inserta en el conjunto de opiniones e imputaciones políticas que no son por sí mismas deontológicamente reprochables y, desde luego, si hubiera tenido algún alcance reprochable, habría quedado borrado por la publicación de la rectificación.

Por cuanto antecede, la Comisión de Quejas y Deontología entiende que el texto denunciado **no vulnera el Código Deontológico** de la FAPE.

- **Resolución 2011/55 (Diciembre)**²⁷² *Sobre la publicación de material no contrastado y lesivo para la dignidad personal de un adulto y de un menor.*

D. Jesús Hernández Blanco, actuando en representación de su hermana, D^a Manuela Hernández Blanco, solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al periodista Xaime Leiro por la publicación de una serie de artículos en *El correo Gallego* los días 16 de abril, 16 y 17 de junio y 4 de agosto de 2011.

²⁷² En la Resolución no se indica el día del mes.

Acuerdo: Estimatorio al conculcar los artículos 4, 6 y 13 del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: De nuevo un supuesto en el que se vulnera el deber de contrastar las fuentes sobre la información publicada. Desgraciadamente, es una práctica cada vez más habitual que los periodistas se limiten a dar por bueno el testimonio de una fuente sin contrastarla con la otra parte, lo que en muchas ocasiones acaban dando información sesgada, algo impropio de un profesional. Pero, además, en este caso, como se trata de un tema relacionado con la lucha de un padre separado por ver a su hijo menor, entran otros factores más sensibles todavía: el respeto a la intimidad e imagen de las personas (en este caso, la madre) y, especialmente, la del menor.

Extracto de la Resolución: Los textos denunciados por el solicitante son una serie de artículos que informan sobre la situación de un padre (el pontevedrés Antonio Escudero, ex esposo de Manuela Hernández, hermana del solicitante) que lucha por poder ver a su hijo. Se publicaron con los siguientes titulares: “Escudero pasa otra Semana Santa sin su hijo” (16 de abril), “Escudero pide que se haga justicia para poder ver a su hijo” (16 de junio), “Escudero protestará en el Juzgado hasta que se resuelva el caso de su hijo” (17 de junio) y “El padre privado de ver a su hijo ve la justicia muerta” (4 de agosto). En la queja, el demandante expone que el periodista en sus artículos no ha respetado la verdad, ni ha hecho una información honesta, ni ha respetado el derecho de las personas a su propia identidad e imagen, provocando consecuencias dañosas con una información engañosa y sin contrastar que afecta a menores y, finalmente, no ha rectificado la difusión de dicha información.

Sin embargo, en su escrito, el periodista Xaime Leiro alega que el señor Hernández en ningún momento se ha puesto en contacto ni con él ni con

nadie de la redacción del periódico para rebatirle y/o pedirle una rectificación a los artículos denunciados. Y, por otra parte, reconoce que “ante un hecho tan sensible como el que motiva la queja, quiero manifestar mis claras disculpas personales y profesionales porque, efectivamente, la dinámica de la actividad diaria me llevó a trasladar la información sin haberla sometido a un poso de reflexión”.

Tras el análisis de los artículos mencionados se aprecia que Xaime Leiro se limita a informar de un hecho: la protesta repetida todas las mañanas de un padre frente a los Juzgados de Pontevedra con una pancarta que dice “Dos años y medio sin ver a mi hijo... ¿Dónde está la justicia?”, por lo que se respeta la veracidad de la información. Sin embargo, publicar la identidad de la madre del menor y su lugar de trabajo, por el daño que las acusaciones pudieran causarle a su reputación y respetabilidad, conculca el derecho de las personas a su propia intimidad e imagen. Así mismo, al haber un menor de por medio, tampoco se actuó con el extremo rigor que la información requiere, puesto que aun cuando no se cita el nombre de pila del menor, al identificar a su madre, es fácilmente vulnerable la identidad del hijo de “14 años”. Y también pasa lo propio con el deber de contrastar las fuentes y de rectificar la información engañosa, pues el periodista, al no contrastar las fuentes, no pudo saber si la información ofrecida era engañosa, ni tampoco indagó para poder ofrecer los argumentos de la madre. A su favor, la Resolución destaca que en su carta remitida a la Comisión, Xaime Leire manifiesta sus “más claras disculpas personales y profesionales por haber elaborado la información sin haberla sometido a un poso de reflexión”

A la vista de los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología entiende que tres de los cuatro artículos: “Escudero pasa otra Semana Santa sin su hijo” (16 de abril de 2011), “Escudero pide que se haga justicia para poder ver a su hijo” (16 de junio de 2011) y “Un padre privado de

ver a su hijo ve a la justicia muerta” (4 de agosto de 2011) **conculcan los artículos 4, 6 y 13** del Código Deontológico de la FAPE.

- **Resolución 2011/56 (Diciembre)**²⁷³ *Sobre la libertad del comentario y de la crítica en relación con el derecho de las personas a su intimidad e imagen.*

D. Ignacio Escolar García y D^a María Maicas Royo, ambos periodistas, solicitan a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al periodista Carlos Carnicero y a los periódicos *Periodista Digital*, *Libertad Digital*, *Intereconomía.com*, *La Gaceta* y *El Semanal Digital* por unas manifestaciones realizadas por el señor Carnicero y recogidas por las publicaciones citadas.

Acuerdo: Desestimatorio al no vulnerarse ningún artículo del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Tal como recoge la ponencia, estamos ante un debate entre periodistas que nace de la difusión de un blog, “publicación en Internet que suele disfrutar de gran subjetivismo”. En consecuencia, de lo que trata la Resolución es de la libertad de información y de expresión en un medio tan caracterizado por su personalismo como es un blog. Obviamente, como los hechos que se denuncian están basados en opiniones personales de su autor, y nada tienen que ver con información, no pueden considerarse constitutivos de infracción deontológica.

²⁷³ En la Resolución no se indica el día del mes.

Extracto de la Resolución: Los hechos que denuncian los demandantes tiene su origen en un artículo que el periodista Carlos Carnicero publicó en su blog www.carnicero.com, titulado “El secreto mejor guardado de Ignacio Escolar. La alianza del zapaterismo con La Sexta y *Público* (III)” y que fue recogido por los periódicos *Periodista Digital*, *Libertad Digital*, *Intereconomía.com*, *La Gaceta* y *El Semanal Digital*. En dicho texto, Carnicero asegura: “Escolar es un especialista en el malabarismo de servir al zapaterismo y al mismo tiempo sacar el máximo provecho para él y para los suyos”. En el artículo también se habla de “nepotismo”, “fulanismo” y “amiguismo”, así como que María Maicas, pareja sentimental de Escolar, fue contratada por RTVE sin tener el curriculum necesario para ello. En consecuencia, para los solicitantes, Carlos Carnicero ha vulnerado los artículos 13, 13.a, 5.a y 4.a del Código Deontológico.

Una vez analizado el texto y las alegaciones remitidas por las partes, para el ponente, al margen del interés informativo que pueda tener para el público las revelaciones sobre el entramado informativo “Zapatero-La Sexta-*Público*”, tal como lo entiende D. Carlos Carnicero, la queja que dirige D. Ignacio Escolar se centra, fundamentalmente, en la afirmación de que “la esposa de Escolar” fue contratada por RTVE sin tener el curriculum necesario para ello, y como consecuencia de la amistad entre el ex presidente de RTVE, Luís Fernández, y el propio Escolar. Y para despejar toda duda, se aportan dos cartas firmadas, una, por D. Luís Fernández, entonces presidente de RTVE, en la que afirma que la contratación de María Maicas fue una decisión exclusivamente de la entonces directora del Área de Medios Interactivos, D^a. Rosalía Lloret, y que no tuvo nada que ver en su nombramiento. Y, la otra, firmada por la propia D^a. Rosalía Lloret, en la que afirma que ordenó la contratación de María Maicas para el equipo del Área de Medios “por razones estrictamente profesionales” y que D. Luís Fernández “no participó activamente en el proceso de selección”.

Si bien es cierto que las afirmaciones de D. Carlos Carnicero son opiniones personales que difícilmente van a cambiar por la existencia de tales cartas, ya que lo que subyace en el ánimo de Carnicero es revelar un entramado de intereses que, a su juicio, han condicionado la etapa de RTVE, también lo es el hecho de que para ello no necesitaba minusvalorar el currículum de doña María Maícas.

Por otra parte, sobre el resto del contexto, aunque Carnicero expresa opiniones muy duras que fundamenta a su modo, difícilmente se le puede exigir “dar la oportunidad a la persona afectada de ofrecer su propia versión de los hechos” (art. 13 del Código Deontológico) puesto que se trata de opiniones. Tampoco puede acusársele de acometer “intromisiones o indagaciones sobre la vida privada de una persona sin su previo consentimiento” (art. 4.a) o de “nombrar en sus informaciones a los familiares de personas acusadas o condenadas por un delito” (art. 5.a) porque no lo están. Y respecto al art.13, que obliga al periodista a “informar sólo sobre hechos que conozca su origen, sin falsificar documentos ni omitir informaciones esenciales”, es evidente que Carnicero lo que da son opiniones sobre unos hechos ya conocidos, el contrato de D^a. María Maícaas y el entramado informativo-empresarial por el que se siente tan preocupado.

A la vista de los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología declara que D. Carlos Carnicero **no ha vulnerado el Código Deontológico** de la FAPE por sus manifestaciones en el artículo citado. Y **tampoco incurren en ninguna vulneración del Código** los periódicos *Periodista Digital*, *Libertad Digital*, *Intereconomía.com*, *La Gaceta* y *El Semanal Digital*.

- **Resolución 2011/57 (Diciembre)**²⁷⁴ *Sobre la legitimación necesaria para formular quejas ante la Comisión.*

D. Carlos Alonso de Caso, actuando en nombre del Comité de Empresa de Telemadrid, solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a D. Agustín de Grado, director de Informativos de Telemadrid, y a D. Pablo Osa, redactor del informativo Telenoticias, por una noticia acerca de las negociaciones del Gobierno con ETA emitida en el Telenoticias del 30 de marzo de 2011.

También, de forma independiente, D^a M^a. Jesús Puente González, en nombre propio y como delegada de Comisiones Obreras en el Ente Público Radio Televisión Madrid, solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a D. Agustín de Grado y a D. Pablo Osa, por los mismos motivos que el anterior, y, por otra parte, a D. Agustín de Grado y a D^a Pilar Almendral, redactora de informativos, por la noticia sobre el apoyo de sindicatos y artistas a la intervención de Libia emitida el 20 de marzo de 2011 en los Telenoticias de las 14.00 horas y de las 20.00 horas.

(Aunque ambas quejas fueron presentadas de forma independiente por los solicitantes y con fechas distintas, la Comisión estimó agruparlas en un solo expediente al ser coincidentes en el objeto)

Acuerdo: Desestimatorio por considerar que los solicitantes no son sujetos legítimos de demanda al no ser parte afectada.

Comentario personal: De nuevo la falta de legitimidad de los demandantes hace que la Comisión declare la inadmisibilidad de las reclamaciones presentadas, en este caso dos. Por tanto, la Resolución no entra a valorar los supuestos que se denuncian, que, por otra parte, según defiende Telemadrid,

²⁷⁴ En la Resolución no se indica el día del mes.

no son más que recursos gráficos sobreimpresionados a los que se recurre con frecuencia, tanto en los medios televisivos como impresos, para ilustrar las imágenes y relacionarlas con el contenido de la noticia.

Extracto de la Resolución: Los hechos que denuncian los solicitantes son dos distintos. De una parte, ambos se quejan de que en el transcurso de una noticia sobre las negociaciones del Gobierno con la banda terrorista ETA, el sello de ETA estaba sobreimpresionado sobre la cara de José Luís Rodríguez Zapatero, de Alfredo Pérez Rubalcaba y del terrorista De Juana Chaos. Y, por otra, la señora Puente González se queja, además, de que en una noticia sobre la intervención en Libia, apoyada por sindicatos y artistas, se mezclaban imágenes de los secretarios generales de CC.OO. y UGT y la actriz Pilar Bardem, de un acto celebrado el día anterior, con el despegue de aviones de combate.

Por su parte, en las alegaciones presentadas por el director de Informativos, Agustín de Grado, se dice que las dos piezas informativas aludidas no contienen ninguna vulneración deontológica y que todo el contenido de las mismas están basados en información veraz. Sobre la sobreimpresión del sello de ETA sobre los rostros del Presidente y Vicepresidente del Gobierno, de Grado dice que se trata de un recurso gráfico para ilustrar la noticia sobre las negociaciones del Gobierno con ETA, “nadie debe interpretar que el Sr. Rodríguez Zapatero o el Sr. Rubalcaba y ETA son ‘la misma cosa’, que es lo que se pretende hacer valer [por los demandantes], sino que, por el contrario, ambas partes han negociado o negocian, lo cual es un mensaje positivo para mucha gente, y el propio Gobierno, incluso, lo presenta como un objetivo a alcanzar”. Y sobre las imágenes de apoyo de sindicalistas y artistas a la intervención en Libia, Telemadrid se limitó a ofrecer a los espectadores una pieza informativa referida a un acontecimiento tan relevante como el inicio de la guerra de Libia y la polémica política inmediata

que surgió en España en torno a las comparaciones de esta guerra con la de Irak. Que para ofrecer las posiciones encontradas, se ofreció el punto de vista que artistas y sindicatos habían expresado en un acto público en día anterior en la Plaza Mayor de Madrid, de apoyo al Juez Garzón, pero que a todos se les preguntó por la guerra de Libia, y que en dichas imágenes aparecen entre otros los líderes sindicales, Pilar Bardem y Miguel Ríos sentados en la primera fila del referido acto.

Sin embargo, la ponencia, previo al análisis de la documentación aportada por las partes, considera que las quejas formuladas por D. Carlos Alonso de Caso y D^a. M^a. Jesús Puente González, “a pesar de haber sido admitidas a trámite por la Comisión Permanente, deben ser inadmitidas” en base a lo dispuesto en el artículo 9 del Reglamento de la Comisión sobre el presupuesto de la actividad en que consiste la legitimación. En dicho precepto reglamentario se configura la legitimación para poner en marcha el procedimiento. Si a la luz de este precepto se analizan las quejas presentadas por ambos solicitantes, “resulta evidente por su mera lectura que carecen de viabilidad por falta de legitimación activa”. Abstracción hecha de su contenido, la denuncia de unas hipotéticas infracciones del Código Deontológico en un determinado espacio informativo emitido por Telemadrid, “queda claro y patente que en ningún caso los reclamantes actúan en función de un derecho subjetivo o de un legítimo interés personal”. Desaprueban esa pieza informativa desde su perspectiva profesional y, sobre todo, ideológica, ambas respetables dentro del pluralismo político, pero sin que ellos hayan sufrido perjuicio alguno. Pues la información tiene por contenido una determinada política del Gobierno, con la que ninguna relación guardan ni han desempeñado papel alguno los reclamantes y cuyos nombres o imágenes no aparecen en ningún momento por su absoluta falta de conexión con lo narrado.

A la vista de los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología **declara la inadmisibilidad de las reclamaciones** formuladas por D. Carlos Alonso de Caso contra D. Agustín de Grado y D. Pablo Osa, y por D^a. M^a Jesús Puente González contra D. Agustín de Grado, D. Pablo Osa y D^a Pilar Almendral.

- **Resolución 2011/58 (Diciembre)**²⁷⁵ *Sobre el compromiso de informar sin falsificar documentos ni omitir informaciones esenciales, así como a no publicar material informativo falso, engañoso o deformado.*

D. David Laguillo Revuelta, en nombre propio y en representación de *Cantabria Diario* (cantabriadiario.com), solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a Intereconomía TV por la manipulación de la entrevista emitida en el programa “El gato al agua” desde la Plaza del Sol de Madrid el 20 de mayo de 2011.

Acuerdo: Desestimatorio al no vulnerarse ningún artículo del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Estamos ante la primera denuncia falsa reconocida por la propia Comisión en las conclusiones de la Resolución. Así queda recogido en su último párrafo; “esta ponencia considera que la denuncia es inconsistente, indocumentada y, tan falta de rigor, que puede quedar como ejemplo de lo que no debe ser presentado ante esta Comisión”. Es ilustrativo y claro ejemplo de actitudes reprochables y reprobables pero, en esta ocasión, por parte del público. La Comisión podría haberla no aceptado a trámite sin más, pero tal como deja escrito el ponente en la misma, se aceptó

²⁷⁵ En la Resolución no se indica el día del mes.

“precisamente para poner en evidencia la incoherencia que supone presentar una queja (...) sin aportar ninguna prueba que demuestre tal afirmación”. Con ello, queda demostrado también que no es fácil ‘colarle’ a la Comisión una denuncia motivada por hechos falsos.

Extracto de la Resolución: Los hechos que se denuncian tienen que ver con las concentraciones del movimiento “Democracia real YA”. Según el solicitante, una reportera de Intereconomía TV realizó “una entrevista presuntamente falsa a un presunto manifestante”, lo que a su juicio se trata de “una entrevista de dudosa veracidad” y añade que “el montaje es tan burdo que incluso los verdaderos manifestantes interrumpen la supuesta entrevista para dejar en evidencia el montaje”.

Por su parte, D. Antonio Jiménez, director del programa “El gato al agua”, donde se emitió la referida entrevista, en su escrito de alegaciones dice que la solicitud de apertura de expediente deontológico no reúne los requisitos establecidos en el artículo 9 del Reglamento de la Comisión, al no constatarse que el solicitante sea persona afectada por los hechos que expone. Y también añade que se trata de “una completa falsedad lo denunciado [y que] no aporta prueba alguna del objeto de su denuncia”. Según Jiménez, “lo único denunciado en el vídeo es el acoso al que se ve sometida la reportera en su trabajo, cuando varias personas allí presentes la interrumpen, limitando de una manera flagrante el derecho de información, así como sus derechos de trabajadora”.

Una vez analizada la documentación y vídeo aportados, la Comisión considera que D. Antonio Jiménez “tiene toda la razón en sus alegaciones” y así lo entendió la Comisión desde el principio. Si se aceptó seguir con el expediente presentado por el Sr. Laguillo –razona el ponente- fue precisamente para poner en evidencia la incoherencia que supone presentar una queja “por una entrevista presuntamente falsa a presunto manifestante”

sin aportar ninguna prueba que demuestre tal afirmación. Prueba de ello es su desorientación a la hora de ubicar el lugar donde se produjo la entrevista (“la Puerta del Sol de Madrid”, dice en su escrito), cuando en realidad fue en la Plaza de Cataluña de Barcelona; o cuando dice desconocer el nombre de la periodista, cuando sale perfectamente rotulado en la imagen; así como afirmar que la entrevista está “presuntamente manipulada y preparada”, cuando se trataba de lo que en términos televisivos se denomina un directo. Otra cosa es que no le guste la elección del entrevistado ni el tipo de entrevista, pero este es el derecho de todo medio a emitir la información que considere, siempre que sea veraz.

A la vista de los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología declara que la citada entrevista del programa “El gato al agua” **no ha vulnerado ningún artículo del Código** Deontológico de la FAPE.

- **Resolución 2011/59 (Diciembre)**²⁷⁶ *Sobre la publicación de material informativo falso o engañoso y lesivo para la condición personal del individuo.*

D. Raúl Calle Gallardo, candidato a la alcaldía de Leganés por Izquierda Unida, solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al periódico *Al cabo de... LA CALLE* por el artículo “Raúl Calle: comunista, consumista y apegado a la cultura de ladrillo” publicado en la sección “Leña al mono” el 24 de febrero de 2011.

Acuerdo: Estimatorio al vulnerar los artículos 2, 3, 5, 7.c, 13.a, 13.b, 13.c y 17 del Código Deontológico de la FAPE.

²⁷⁶ En la Resolución no se indica el día del mes.

Comentario personal: Es, sin duda, el expediente donde más preceptos deontológicos se han vulnerado de todos los tramitados hasta el momento, un total de 8. Se trata de la publicación de un artículo, sin firma, de esos que oscilan entre la opinión y la información, o simplemente lo mezclan todo sin diferenciar una cosa de la otra. El resultado de este tipo de artículos es que se suelen hacer atribuciones sin prueba alguna, o dar por buenos datos sin contrastar, con el único afán de acusar por acusar en lugar de denunciar hechos, lo que evidencia una clara desvirtuación del buen hacer periodístico.

Extracto de la Resolución: Según el denunciante, en el artículo citado aparecen innumerables descalificaciones personales, convierte hipótesis en hechos que traspasan el límite de la verdad y transforma lo que debería ser información en un artículo de opinión; pero, además, al realizar de forma reiterativa alusiones a “mi opción y condición política, al acusarme de ser comunista, como si fuera un descrédito” puede incentivar apologías y odios que vulneren el respeto a los derechos universales. Por otro lado, el solicitante también denuncia que el medio no quiso publicar su escrito de rectificación que él mismo le envió días después por correo certificado.

Tras el análisis de las pruebas aportadas, por parte del ponente se destaca que, al no aparecer firmado dicho artículo la responsabilidad deontológica alcanza en estos casos al director del medio. Sobre el contenido del mismo, se aprecian una serie de graves descalificaciones y acusaciones contra el Sr. Calle, sin aportar pruebas que las sostengan y le atribuye actitudes que pueden ser lesivas para su persona. En el primer párrafo se dice que su formación académica “es casi nula” y lo hace extensiva al colectivo de militantes de su partido cuando dice: “su formación académica, casi nula, es una constante, salvo raras excepciones, entre los comunistas que actualmente detentan responsabilidades en política autonómica o nacional (léase Gregorio Gordo o Cayo Lara)”. A juicio del ponente, estas afirmaciones vulneran

claramente el artículo 7 del Código Deontológico, que establece que deben evitarse expresiones vejatorias o lesivas para la condición personal de los individuos.

En otro párrafo del artículo, “se arremete en toda regla” contra la izquierda del Ayuntamiento de Leganés, entrando en colisión con el artículo 17 del Código, que insta al periodista a hacer clara distinción entre “los hechos que narra y lo que pueden ser opiniones, interpretaciones o conjeturas”. Y también formula acusaciones contra la gestión del demandante al frente de la empresa municipal del suelo, en “pleno boom inmobiliario”, por la pérdida de 9 millones de euros, así como la venta de “una parcela comercial por unos 20 millones de euros, unos 30 millones menos que su precio de tasación oficial”. Tales acusaciones ni van acompañadas de prueba alguna ni se han contrastado con otras fuentes, lo que supone la vulneración de los artículos 2 y 3 del Código, puesto que el periódico ni ha investigado ni ha difundido con honestidad una información injuriosa y difamatoria que ni acredita ni garantiza que se corresponda con la verdad.

Finalmente, en un recuadro del artículo titulado “50 millones de euros en ladrillo visto”, se señala que “una sentencia firme (no se dice de qué juzgado) cercenó la operación de venta de parcelas para la construcción de chalets de lujo”, y que “en otro auto (tampoco menciona de qué juzgado) se suspendía de forma cautelar una venta de suelo de parcelas destinadas a un uso comercial por venderla a un precio inferior al de mercado”. Y a pesar de que termina diciendo que “las sentencias están en nuestro poder” no las muestra, por lo que se vulnera el artículo 5 del Código, por cuanto “el periodista debe asumir que toda persona es inocente mientras no se demuestre lo contrario (...) criterio especialmente exigible cuando la información verse sobre temas sometidos al conocimiento de los Tribunales de Justicia”.

El ponente, con carácter general, entiende que además de las infracciones del Código Deontológico señaladas con anterioridad, el artículo

globalmente considerado está en contradicción con el artículo 13 del Código, que establece que el compromiso con la búsqueda de la verdad llevará siempre al periodista a informar sobre hechos de los que conozca su origen, sin falsificar documentos ni omitir informaciones esenciales, así como no publicar material informativo falso, engañoso y deformado, lo que conllevará a contrastar las fuentes, dar la oportunidad a la persona afectada de ofrecer su propia versión de los hechos y facilitar la oportunidad de réplica (cosa que no hizo)

A la vista de los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología entiende que el artículo titulado “Raúl Calle: comunista, consumista y apegado a la cultura del ladrillo” **conculca los artículos 2, 3, 5, 7.c, 13.a, 13.b, 13.c y 17 del Código Deontológico de la FAPE.**

13.8. Resoluciones año 2012 (2012/60 a 2012/67)

- **Resolución 2012/60 (Marzo)**²⁷⁷ *Sobre el respeto al derecho de réplica como deber del periodista de facilitar la adecuada oportunidad de rectificación, sin que los afectados acudan a la vía judicial.*

D. Ángel González de la Fuente, Jefe de Área de Comunicación Externa y Prensa de la Agencia Tributaria, solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a D. Agustín Pery, director de *El Mundo-Baleares*, por el tratamiento dado a una “Carta al director” remitido por al Agencia Estatal de Administración Tributaria.

Acuerdo: Estimatorio por vulnerar el artículo 13.c del Código Deontológico de la FAPE.

²⁷⁷ En la Resolución no se indica el día del mes.

Comentario personal: El derecho de rectificación faculta a quien pueda sentirse aludido o molesto por informaciones aparecidas en un medio que considere inexactas y cuya divulgación pueda ocasionarle un perjuicio. En España este derecho se regula tanto a través de la norma jurídica (Ley Orgánica 2/1984, de 26 de marzo, reguladora del derecho de rectificación) como de la deontológica (III Principios de Actuación del Código Deontológico de la FAPE). La ley es clara al respecto, en su art. 3, cuando dice “el director del medio de comunicación deberá difundir o publicar íntegramente la rectificación (...) sin comentarios ni apostillas”; y también lo es el art. 13.c del Código Deontológico, cuando determina que el periodista “sin necesidad de que los afectados acudan a la vía judicial, deberá facilitar a las personas físicas o jurídicas la adecuada oportunidad de replicar a las inexactitudes” con el mismo despliegue tipográfico y/o audiovisual empleado en su difusión. Es decir, el director deberá limitarse a publicar el texto remitido sin trocearlo, descontextualizarlo, modificarlo o comentarlo, y, además, facilitando su publicación con la misma relevancia técnica que el texto que motivó la réplica, algo que el director de *El Mundo-Baleares* no hizo y, por tanto, incumplió con su deber profesional.

Extracto de la Resolución: El demandante denuncia que ante las informaciones aparecidas en *El Mundo-Baleares* los días 14 y 16 de octubre de 2011 acerca de la destitución y traslado del delegado de Hacienda en Baleares por “presiones políticas”, el Director General de la Agencia Tributaria remitió una carta al director en ejercicio de su derecho de réplica y para aclarar algunos aspectos de las noticias publicadas esos dos días. Dicha carta fue publicada el 27 de octubre, pero fuera del espacio dedicado a las “Cartas al director”, además de no respetarse la integridad de la misma, puesto que su contenido fue publicado dentro de un artículo de análisis firmado por el director de *El Mundo-Baleares*, Agustín Pery, bajo el título “Hacienda vigila de

cerca a los suyos” (en dicho artículo se troceaba, comentaba y criticaba la carta enviada por el responsable de la Agencia Tributaria). El solicitante considera que “esta inusual forma de tratamiento editorial de una carta al director, provoca un grave desamparo del derecho de réplica, con quebranto del mismo, y responde a una grave falta de ética”.

Por su parte, el director de *El Mundo-Baleares*, Agustín Pery, en su escrito de alegaciones justifica su actuación diciendo que “al no tratarse de una rectificación (comprobar los términos del escrito de manifestaciones), y al objeto de no confundir a los lectores, decidí publicar estas ‘manifestaciones’ contextualizándolas adecuadamente en los hechos reales previamente publicados” en aras a mi compromiso ético del respeto a la verdad que me impone el Código Deontológico de “no publicar informaciones falsas, engañosas o deformadas”, afirma. Y aunque no existe norma legal y ética que me imponga publicar un escrito como el remitido, de “manifestaciones”, procedí a publicarlo íntegramente y con mayor relevancia que lo publicado sobre el particular previamente, en vez de cuatro columnas, a cinco.

También señala que D. Ángel González de la Fuente “no ejercitó en momento alguno el derecho de rectificación sobre informaciones publicadas por el periódico que dirijo. Si lo hubiera hecho no habría tenido el más mínimo inconveniente en publicar su escrito en la forma que previene la Ley Orgánica 2/1984”. Lo que hizo –matiza- fue remitir una carta al diario, manifestando lo que consideraba oportuno a modo de declaración personal y ello, aún cuando “este diario se había puesto en contacto con él para hacer constar su versión de los hechos antes de la publicación efectuada el día 14 de octubre anterior, declinando hacer declaraciones”.

Y frente a la queja de que el escrito remitido no se publicara en el espacio reservado para “Cartas al director”, para el director de *El Mundo-Baleares* “es innegable que lo remitido no es una “carta al director” al uso, sino simplemente y como se define en la misiva, una “carta de manifestaciones” a

modo de declaración escrita del denunciante”. Aún así, el espacio destinado a “Cartas al director” en un diario otorga objetivamente menos relevancia informativa que una página completa, en este caso la número 7, a cinco columnas en las que se reproduce, sin variar una coma o punto, concluye.

Una vez analizados los documentos y pruebas aportadas por las partes, el ponente aclara que la “Carta al director” es un género que utilizan los lectores para explicar sus puntos de vista al resto de la audiencia, suponen la presencia activa de los públicos en sus medios de información, pero no es la única modalidad que puede utilizarse para ejercer el derecho de réplica.

Sobre el fondo de la denuncia, el ponente estima que aunque pueda inducir a error el escrito remitido por la Agencia Tributaria a *El Mundo-Baleares* cuando dice que remitió “una carta al director en ejercicio de su derecho a réplica”, es evidente que se estaba acogiendo claramente al derecho de réplica tal como lo entiende el Código Deontológico de la FAPE. Pues el escrito responde a la información publicada por ese diario acerca del traslado del delegado de Hacienda en Baleares. D. Agustín Pery podrá estar en desacuerdo con el escrito de réplica, “pero no puede acogerse al Código Deontológico y a su deber de ‘no publicar informaciones falsas, engañosas o deformadas’ para no publicarlo, ya que la información, tal como la entiende la Agencia Tributaria, también tiene derecho a ser escuchada”.

Es importante destacar -dice la ponencia- que el periódico se pusiera en contacto con la Agencia Tributaria para que diese su versión de los hechos, antes de la publicación del artículo que da origen a la carta-réplica, a pesar de que declinó hacer manifestaciones. En ese sentido, la Agencia Tributaria ya tuvo ocasión de exponer sus puntos de vista, y el diario cumplió con su deber de dar oportunidad a los afectados a ofrecer su versión. Pero además de ello, en los principios de actuación recogidos en el Código Deontológico se incluye “el deber de facilitar a las personas físicas o jurídicas la adecuada oportunidad de replicar”. Réplica que puede estar dirigida tanto a hechos como a opiniones

y que “debe publicarse de manera independiente y no ‘contextualizada’ y sin contraponer al mismo tiempo sus argumentos, tal como dice defender el director de *El Mundo-Baleares*”.

A la vista de los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología entiende que D. Agustín Pery, director de *El Mundo-Baleares*, **ha vulnerado el artículo 13.c del Código** Deontológico de la FAPE sobre el deber de facilitar el derecho de réplica.

- **Resolución 2012/61 (Marzo)**²⁷⁸ *Sobre la obligación del periodista de extremar el celo profesional en el respeto a los derechos de los más débiles y los discriminados y de mantener una especial sensibilidad en los casos de informaciones de contenido eventualmente discriminatorio.*

D^a. Ana Fábregas Martínez, en representación de la Asociación GENERA, remite a la Comisión de Quejas y Deontología copia de una queja presentada al director del periódico *20 Minutos* acerca de la noticia “Golpe a la prostitución en Barcelona” aparecida en su edición digital *20minutos.es* el 1 de diciembre de 2011.

Acuerdo: Estimatorio por vulnerar el artículo 7 del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: En esta Resolución la Comisión acuerda abrir expediente deontológico sobre el periódico *20 Minutos* a pesar de que la solicitante no formula en su escrito una petición en ese sentido. Ahora bien, como la demandante pone en conocimiento unos hechos que pueden haber vulnerado los principios generales del Código Deontológico, concretamente el

²⁷⁸ En la Resolución no se indica el día del mes.

número 7, tanto la Comisión Permanente como la Ponencia entendieron que “estaba implícita causa suficiente para tramitar un expediente deontológico” por el tratamiento de la noticia referida. Sobre la cuestión de fondo, aunque el ponente reconoce que la actuación periodística no constituye una intromisión ilegítima en el ámbito del honor y la intimidad de las personas que aparecen en la noticia, al tratarse de un colectivo “socialmente estigmatizado”, discriminado y vulnerable, se tendría que haber extremado el celo profesional en el respeto a los derechos de los más débiles y los discriminados, tal como recoge el artículo 7 del Código Deontológico.

Extracto de la Resolución: Los hechos denunciados se refieren a una noticia sobre la prostitución titulada “Golpe a la prostitución en Barcelona” y que la edición digital de *20 Minutos* (*20munitos.com*) publicó acompañada de un vídeo en el que se muestran imágenes de mujeres que supuestamente ejercen la prostitución en espacios públicos de la ciudad Condal. Para la asociación demandante, aunque las imágenes fueron grabadas en la vía pública, éstas fueron difundidas sin el consentimiento de las mujeres que aparecen en ellas y sin proteger su identidad, a pesar de que “el ejercicio de la prostitución tiene unas connotaciones estigmatizadas y estigmatizantes” que hace que las mujeres que la ejercen acostumbren a mantenerlo en secreto. Otra cuestión que denuncian es que en el vídeo se mezclan imágenes de mujeres que presuntamente ejercen la prostitución de forma pacífica, con otras que son detenidas y esposadas en una redada policial. “Las imágenes de las mujeres que ejercen la prostitución no pertenecen a la redada policial, pero confunden al espectador” al presentar a estas mujeres como infractoras que corren ante la presencia policial.

Aunque desde el punto de vista estrictamente técnico en el escrito no existe un periodista o medio denunciado, sino tan sólo la notificación y copia de una reclamación enviada por GENERA al periódico *20 Minutos*, tanto la

Comisión como la Ponencia entienden que en los hechos descritos en la queja presentada ante la Comisión de Quejas y Deontología “estaba implícita causa suficiente para tramitar un expediente deontológico”. Y, como consecuencia de ello, se procedió a la tramitación del mismo dándole traslado a la parte denunciada para que alegara cuanto creyese conveniente.

En su escrito, el director de *20 Minutos*, Arsenio Escolar, reconoce que las imágenes fueron publicadas sin la autorización de quienes aparecen en ellas y sin proteger su identidad, “lo que incumple no sólo algunas recomendaciones de La FAPE y de otras organizaciones profesionales, sino también las normas internas de *20minutos.com* que tenemos establecidas”. En su descargo alude a que el vídeo no es producción propia, sino de la agencia Atlas, y que se publicó en *20minutos.com* tal como llegó, sin ningún tipo de edición añadida. No obstante –añade en sus alegaciones- tan pronto recibieron la queja de GENERA, el medio procedió a pixelar las imágenes para proteger la identidad de las mujeres que aparecían en la información, así como a revisar los protocolos internos para evitar que vuelvan a repetirse hechos similares.

Por su parte, la Ponencia considera que en este expediente deontológico no procede una decisión de condena o exculpación de los periodistas responsables de la edición digital de *20 Minutos*. Primero, porque la reclamante no lo formula en su petición, pues su intención es la de recabar de la Comisión un respaldo ético y de autoridad para su pretensión (el análisis y revisión de algunas imágenes aparecidas en *20minutos.com* el día 1 de diciembre de 2011); y segundo, porque a la vista de las alegaciones presentadas por el medio, el objetivo del escrito de GENERA está plenamente conseguido (la preservación de la identidad de las mujeres a través del pixelado de las imágenes). No obstante, y aprovechando la denuncia, la Ponencia se dispone a formular algunos razonamientos que puedan servir de criterios interpretativos

válidos para el enjuiciamiento deontológico de los profesionales implicados en casos similares.

Una vez revisado y analizado el vídeo referido, el ponente considera que los hechos denunciados no constituyen una verdadera intromisión ilegítima en el ámbito del honor, la intimidad y el derecho a la propia imagen, por cuanto las tomas televisivas aquí recurridas deben considerarse amparadas por la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo²⁷⁹, cuyo apartado 8.2 declara explícitamente que el derecho a la propia imagen no impedirá las actuaciones profesionales encaminadas a conseguir información gráfica sobre un suceso o acontecimiento público. Es más, GENERA reconoce que las imágenes fueron grabadas “en un espacio público de Barcelona”. Desde este enfoque jurídico, la Ponencia cree que la actuación profesional de los periodistas de *20minutos.com* fue plenamente lícita y no quebrantó ninguna norma protectora de los derechos fundamentales de las personas que aparecen en el vídeo difundido.

Ahora bien, más allá de la legalidad de la captación y difusión de las imágenes, como la demandante en su escrito formula una queja acerca de la vulneración de los criterios éticos recogidos en el apartado 7 del Código Deontológico, desde un enfoque ético-profesional, la Ponencia considera que hay un alto grado de justificación en el escrito de protesta. Sobre todo en dos aspectos: 1) sobre el tratamiento poco riguroso en la presentación de las imágenes, donde se mezclan tomas de mujeres que ejercen la prostitución pacíficamente con otras mujeres detenidas y esposadas en una redada policial; y 2) estas imágenes fueron publicadas no sólo sin la autorización de las mujeres afectadas, también sin ninguna preocupación por proteger su identidad; en cambio, los rostros de los presuntos autores de un posible delito de coacción a la prostitución –que era, según la información, el objetivo de la redada policial- no aparecen en las imágenes, ya que son grabados caminando

²⁷⁹ Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, sobre la protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a propia imagen.

y siempre enfocados por debajo de los hombros, de forma que su intimidad queda salvaguardada.

En cuanto a la alegación del director del medio digital sobre que el vídeo difundido no es una producción propia del diario, sino de la agencia Atlas, el ponente considera que la responsabilidad última y fundamental de los mensajes que un periódico difunde, tanto en su contenido como en su forma y bien sea de producción propia o ajena, es totalmente atribuible al equipo de redacción del medio, equipo personalizado en la figura del director. Por tanto, “la dirección de *20minutos.com* en cuanto responsable de la forma definitiva de los mensajes, tenía la obligación profesional de supervisar previamente las imágenes y de modificar la edición del vídeo antes de su difusión, en el caso de detectar algún posible conflicto ético en su contenido”.

A la vista de los hechos denunciados y después del visionado del vídeo, la Ponencia se inclina a favor de la tesis esgrimida por la representante de la asociación GENERA, a saber: “que por parte del equipo de redacción de *20minutos.com* sí hubo una manifiesta carencia de sensibilidad ante un contenido informativo eventualmente discriminatorio contra las mujeres socialmente estigmatizadas; y que tanto los reporteros (propios o externos) como los redactores (es decir, los encargados de la edición final del mensaje) no extremaron su celo profesional como periodistas en el respeto de los más débiles y discriminados, tal como estipula el principio número 7 del Código Deontológico”.

Vistas las consideraciones y razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología entiende que el diario digital *20minutos.com* **incumplió el artículo 7** del Código Deontológico de la FAPE al no tener una especial sensibilidad en el caso de una información de contenido eventualmente discriminatorio. Así mismo, la Comisión también considera una buena práctica periodística la inmediata reacción rectificadora del medio,

así como su propósito de revisar los protocolos internos para evitar la repetición de hechos similares en el futuro.

- **Resolución 2012/62 (Junio)**²⁸⁰ *Sobre la publicación de informaciones y opiniones falsas, ofensivas y lesivas para la condición personal del individuo.*

D. Mario García Bascones, alcalde del Ayuntamiento de Nules (Castellón), solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al director de la publicación digital *La Plana al día* por las informaciones sesgadas y los comentarios ofensivos de lectores anónimos que se publican en ese medio de comunicación.

Acuerdo: Estimatorio al conculcar los artículos 2, 4, 7.a, 7.c y 13 del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Interesante resolución que recoge la nueva problemática surgida en los medios digitales respecto a los comentarios de los lectores. En ella, el ponente establece que, según se desprende de la Resolución 2012/61 (sobre la responsabilidad del director), así como las iniciativas que diversos medios internacionales (*USA Today* y el grupo francés Tamendia) están llevando a cabo para acabar con los comentarios anónimos de sus lectores (se les exige su identificación para poder expresar sus opiniones), “las agresiones contra las personas vertidas en los comentarios de los diarios digitales, sí son responsabilidad del director de la publicación”. Por tanto, queda claro, que el anonimato de quien inserta el comentario no exime de responsabilidad al medio que lo publica.

²⁸⁰ En la Resolución no se indica el día del mes.

Extracto de la Resolución: Los hechos que se denuncian se refieren a varias informaciones “sesgadas o falsas y no contrastadas” publicadas en el digital *La Plana al día*, así como a los comentarios de los lectores que, de forma anónima, profieren graves insultos y amenazas tanto contra los responsables municipales como contra los vecinos, “llegando a incitar a la violencia”. Las noticias aportadas por el demandante son las publicadas los días 10, 22 y 28 de febrero y 2 de abril de 2011.

El ponente, una vez analizadas las pruebas aportadas y verificado que el demandado no ha contestado al requerimiento de la Comisión, destaca que en las noticias publicadas durante las fechas indicadas y tituladas “Nules, escenario de una reyerta entre grupos gitanos rumanos a plena luz del día”; “Manos Unidas organiza un desfile benéfico”, “Nules: estrepitoso fracaso de la feria Outlett” o “Nules: una pelea entre alumnos del Pío XII acaba en denuncia por amenazas” se recogen un sinnúmero de comentarios, siempre anónimos, claramente infamantes, xenófobos y racistas, incitando además a la violencia contra la comunidad rumana de la localidad y contra las personas que les alquilan pisos (incluso se dan hasta los nombres y dirección de quienes los alquilan). En este caso, se conculca el artículo 4.a que dice: “solo la defensa del interés público justifica las intromisiones e indagaciones sobre la vida privada de una persona sin su previo consentimiento”, estando claro que alquilar un piso a un particular no es un asunto de interés público. Y también el artículo 7.c que dice que “se deben evitar expresiones vejatorias y lesivas (amenazas) para la condición personal de los individuos y su integridad física y moral”.

En otra noticia titulada “Nules: Adsuara (*concejala de Turismo*) se gasta 72.000€ en señales y paneles turísticos para el municipio”, afirma el denunciante que ésta es una noticia sesgada ya que no se trata de una inversión, sino de una subvención. Además, afirma que tras pedir una rectificación de la misma, ésta no se publicó. Lo que significa que, además de

la conculcación del citado artículo 7.c, por los insultos y amenazas directas en los comentarios anónimos publicados, también se vulnera el art. 13.a que dice: “se deberá fundamentar las informaciones, lo que incluye el deber de contrastar las fuentes y el de dar la oportunidad a la persona afectada de ofrecer su propia versión de los hechos”.

A la vista de los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología entiende que el director del periódico digital *La Plana al día*, en sus ediciones de los días 10, 22 y 28 de febrero y el 2 de abril de 2011, **conculca los artículos 2, 4, 7.a, 7.c (repetidamente) y 13.a** del Código Deontológico de la FAPE.

- **Resolución 2012/63 (Junio)**²⁸¹ *Sobre la tramitación de un expediente por la Comisión de Quejas, cuando se ha acudido simultáneamente a la vía jurisdiccional.*

D. Miguel Huerta Dana, representante de la Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España (ANICE) solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al diario *La Razón* por la publicación de una información en su suplemento “A tu salud” el 18 de marzo de 2012.

Acuerdo: Suspensión cautelar de la tramitación hasta que el órgano judicial se pronuncie sobre la demanda presentada.

Comentario personal: En esta Resolución se da un caso curioso hasta el momento: la presentación por parte del solicitante de una demanda deontológica y judicial sobre el mismo supuesto y coincidente en el tiempo en

²⁸¹ En la Resolución no se indica el día del mes.

ambos órganos. A pesar de que el artículo 9.3 del Reglamento establece que no se admitirán las solicitudes “cuando el solicitante haya acudido previamente a otras instancias judiciales o profesionales sobre la misma causa”²⁸², en este caso se da la circunstancia de que la entrada y admisión a trámite de la demanda deontológica es anterior a la judicial y, por tanto, cumple con los requisitos exigidos para la apertura de expediente deontológico. Cosa distinta es la decisión tomada por la Comisión de suspender de forma cautelar la tramitación del mismo para evitar pronunciarse antes que el órgano judicial y poder entrar en contradicción en sus conclusiones. Porque, tal como recoge la ponencia, resultaría del todo improcedente que una resolución sobre ética profesional pudiera estar en contradicción con una resolución judicial.

Extracto de la Resolución: En la Resolución se da cuenta de que estando en trámite la queja presentada por ANICE, ésta ha presentado una demanda de rectificación ante un Juzgado de Madrid contra *La Razón* acerca del mismo supuesto. Sin embargo, “por ser posterior a la decisión de admitir a trámite, no implicaría, por sí mismo, la posterior inadmisión”. Sin embargo, la demanda judicial comporta que el Juez tenga que hacer valoración de la exactitud/inexactitud de lo que se quiere rectificar, y ello implica un juicio sobre la veracidad de los hechos que se quieren rectificar.

Siendo competencia de la Comisión de Quejas la aplicación del Código Deontológico, y habiéndose denunciado por ANICE el posible incumplimiento del artículo 2 de este Código que establece que “el primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad”, resulta evidente que para enjuiciar, desde el punto de vista deontológico lo publicado por *La Razón*, la Comisión tendría que hacer también un pronunciamiento sobre la veracidad/inveracidad de dicha información. En ese caso, ante la coincidencia

²⁸² Véase la Resolución 2005/2 de fecha 6 de junio. En aquella ocasión la Comisión desestimó la solicitud por ese motivo.

de lo que se está enjuiciando por el Juzgado, podría darse una indebida discrepancia entre la decisión acordada por la Comisión y la que resolviera el Juez. Y, aunque el proceso de rectificación es compatible con la tramitación de un expediente ante la Comisión, “sin embargo esa compatibilidad no puede pasar por alto el condicionante de la prioridad que ha de tener la jurisdicción ordinaria en cuanto a la definición de los hechos”. Resultaría improcedente que una resolución sobre ética profesional pudiera estar en contradicción con una resolución judicial, “ya que desde la perspectiva constitucional sólo a los jueces corresponde la facultad de juzgar y hacer ejecutar lo juzgado (art. 117.3 C.E.)”.

Por estas razones, el ponente entiende que se debería esperar a que la jurisdicción ordinaria se pronunciara sobre la materia fáctica que pudiera ser coincidente, y en tanto lo que se decida en el Juzgado pueda condicionar los presupuestos fácticos de lo que hubiera de resolver la Comisión de Quejas, procedería mantener la inicial admisión a trámite de la formulada por ANICE, y acordar, seguidamente, su suspensión.

Por todo ello, la Comisión de Quejas y Deontología resuelve:

1. Mantener abierto el expediente de la denuncia formulada por ANICE en relación a la información publicada por *La Razón*, en su suplemento “A tu salud” el 18 de marzo de 2012.
2. **Suspender la tramitación de dicho expediente hasta que se acredite el resultado del proceso que se tramita ante la jurisdicción ordinaria** al amparo de la Ley Orgánica 2/1984.
3. Se alzarán la suspensión en la tramitación del expediente cuando se dé cuenta de lo resuelto en sede jurisdiccional, prosiguiéndose entonces la tramitación de esta queja hasta la resolución que fuere procedente en lo que concierne a esta Comisión de Quejas.

- **Resolución 2012/64 (Junio)**²⁸³ *Sobre el respeto al derecho de las personas a su propia intimidad e imagen, con especial atención al tratamiento de asuntos que afecten a la infancia.*

D. Juan Bellido Muñoz, estudiante de Periodismo y miembro del Grupo Interdisciplinar sobre Ética y Deontología Informativa de la Universidad de Sevilla, solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a la Oficina Municipal de Comunicación del Ayuntamiento de Montilla (Córdoba), a la agencia Europa Press y al diario *El Día de Córdoba* por la noticia difundida el 22 de mayo de 2012 sobre el auxilio de la Policía Local a un bebé.

Acuerdo: Desestimatorio al no vulnerarse ningún precepto del Código Deontológico de la FAPE

Comentario personal: En este caso se recoge una queja sobre el tratamiento de una información en la que la Policía Local auxilia a un bebé tras sufrir una parada cardíaca. La Comisión entiende que tanto el tema como su tratamiento se adecuan a los estándares profesionales y que, en consecuencia, no se vulnera ningún precepto deontológico. Lo curioso de esta solicitud es que quien la formula es un estudiante de Periodismo de Sevilla (el hecho sucede en Córdoba) y no los familiares del bebé socorrido.

Extracto de la Resolución: Los hechos denunciados tienen que ver con una nota de prensa emitida por la Oficina Municipal de Comunicación del Ayuntamiento de Montilla (Córdoba) bajo el título “La Policía Local ayuda a las tareas de auxilio a una bebé que sufría una parada cardiorrespiratoria”. Según el demandante, en la nota oficial se aportan datos que vulneran

²⁸³ En la Resolución no se indica el día del mes.

gravemente el derecho a la intimidad de una menor, toda vez que permiten su identificación. Hecho que cobra mayor magnitud –añade- al ser recogida por la agencia Europa Press, así como por *El Día de Córdoba*, quien, además, añade dos fotografías en las que “se identifica claramente a los familiares de la menor”.

Por su parte, el ponente, una vez analizada la información recogida en los medios citados, expone que el hecho de que el Ayuntamiento de Montilla informe de que la Policía Local haya ayudado en las tareas de auxilio a un bebé, “puede ser de gran utilidad pública” ya que informa a los vecinos de la disponibilidad de la policía para ayudarles en cualquier situación de riesgo. Además, la narración de los hechos recogida en su nota de prensa “no parece perjudicar en nada el futuro del bebé”, lo que no vulnera su derecho al honor, a la intimidad y a su propia imagen; pero en todo caso, los únicos directamente afectados por la difusión del suceso serían sus padres.

Respecto a la actuación de la agencia Europa Press, ésta “no hace otra cosa que su trabajo”, que es hacer llegar a los medios de comunicación lo que considera noticioso y, en este caso, tiene el interés de un suceso ocurrido en la localidad. Y sobre las fotografías publicadas por *El Día de Córdoba*, que según el denunciante se identifican claramente a los familiares de la menor, en el pie de foto se dice que quien porta el bebé –oculto en una manta- es una enfermera. Y concluye el ponente diciendo que, para armonizar el derecho a informar y los derechos del bebé hay que partir de que está justificada la difusión de información veraz y de interés público. “En el caso denunciado, se oculta la identidad del bebé y de sus familiares, y tiene el interés público de un bebé recuperado tras la intervención de los servicios municipales”.

A la vista de los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología declara que la elaboración y difusión de la nota de prensa elaborada por el Ayuntamiento de Montilla **no vulnera el Código Deontológico** de la FAPE.

● **Resolución 2012/65 (Junio)**²⁸⁴ *Sobre la veracidad de la información.*

D. Antonio Criado González solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al periodista Daniel Rodríguez González por el artículo titulado “A dedo” en el diario *El Comercio* de Gijón el 27 de enero de 2012.

Acuerdo: Estimatorio al vulnerar los artículos 2, 3, 13 y 13.a del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Supuesto en el que se vulneran varios preceptos deontológicos al ofrecer datos incorrectos atribuidos directamente a una persona. En estos casos, el periodista puede provocar unas consecuencias muy negativas en cuanto a la imagen y la valoración social del perjudicado, por ello, es conveniente asegurarse y contrastar bien los datos antes de publicar algo que pueda conculcar los derechos de las personas.

Extracto de la Resolución: En el artículo citado, a juicio del solicitante, “el periodista falta a la verdad al referirse a mi relación contractual con la empresa Teatro Jovellanos”. En el mismo, se indica que el demandante está trabajando en dicho teatro “a dedo” sin ningún tipo de oposición funcional, cuando en realidad D. Antonio Criado González es funcionario por oposición desde marzo de 2001, tras superar un concurso-oposición para ocupar el cargo de responsable de programación. Esta afirmación, junto a la que le relaciona con seguir “manejando parte del ‘tinglado’” le hacen considerar que, además de vulnerar el derecho a su honor por los hechos falsos contra “mi persona y profesionalidad, mi consideración social, mi buen nombre...”, exista también un delito de injurias.

²⁸⁴ En la Resolución no se indica el día del mes.

Por parte del ponente se destaca que en el artículo titulado “A Dedo”, inscrito en el marco general de la crítica, se dicen cosas como que: “los Gobiernos colocan en todos los cargos relevantes a amigos y conocidos” y añade que “todos sin excepción han colocado a sus amigos a dedo”. De acuerdo con la demanda presentada por D. Antonio Criado, y según los documentos aportados por él, se constata que al contrario de lo señalado por el periodista, el nombramiento del señor Criado no se realizó “a dedo”, sino a través de un concurso-oposición, por lo que el periodista falta a la verdad vulnerando el principio 2 del Código Deontológico que señala: “El primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad”. Partiendo de ese principio básico, y ante la falta de veracidad en la información, se evidencia además que se vulnera el punto 3 “El periodista debe difundir con honestidad la información y ejercer la libertad de comentario y la crítica”.

Por otra parte, como es evidente que el periodista ha omitido la información esencial del concurso-oposición del demandante también queda conculcado el principio 13 del Código que señala: “El compromiso con la búsqueda de la verdad llevará siempre al periodista a informar sólo sobre los hechos de los cuales conozca su origen sin omitir informaciones esenciales así como no publicar material informativo falso, engañoso o deformado”. Así como el 13.a que indica: “el periodista deberá fundamentar la informaciones que difunda, lo que incluye el deber de contrastar las fuentes” pues en este caso la fuente contrastada debería haber sido el referido certificado del puesto de trabajo del demandante.

Sobre el posible delito por injurias, el ponente dice que es necesario partir que de la constatación de la información de un hecho no veraz como es este caso “no puede deducirse la comisión automática de un delito de injurias, que son conceptos y cuestiones distintas”. Además –añade- expresiones como la citada “seguir manejando parte del tinglado”, hay que entenderlas en el

desarrollo de comentarios y expresiones propias de la libertad de opinión en el periodismo.

A la vista de los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología considera que el periodista Daniel Rodríguez González en su artículo citado **ha vulnerado los artículos 2, 3, 13 y 13.a** del Código Deontológico de la FAPE.

- **Resolución 2012/66 (Septiembre)**²⁸⁵ *Sobre la piratería audiovisual y el plagio de informaciones y productos audiovisuales.*

D^a Dora Martínez Alfaro, copropietaria de la productora ZINE Edición de Imagen, solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a 7RM (Radiotelevisión de Murcia), Región de Murcia Digital, y a los periodistas Alicia Parra y Juan Bautista Sanz por la utilización en programas de televisión y en su página web de material gráfico y audiovisual ajeno, no autorizado y sin citar su procedencia.

Acuerdo: Estimatorio al conculcar conductas contrarias a la veracidad informativa como principio rector de la actividad informativa (art. 2 del Código Deontológico de la FAPE)²⁸⁶

Comentario personal: Resolución que recoge la denuncia por plagio y piratería a un medio de comunicación público, por utilizar material gráfico y audiovisual, ajeno y sin autorización, para la elaboración de programas de

²⁸⁵ En la Resolución no se indica el día del mes.

²⁸⁶ En el acuerdo de la Resolución no viene determinado el artículo concreto conculcado. No obstante, por el sentido en la argumentación del ponente y por la descripción que se hace: “conducta contraria a la veracidad informativa como principio rector de la actividad periodística”, y a efectos estadísticos sobre los artículos vulnerados, se lo hemos atribuido al artículo 2 de los Principios Generales del Código Deontológico: “El primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad”. Sin embargo, el artículo que mejor se aproxima al hecho denunciado sería el 12: “El periodista respetará y hará respetar los derechos de autor que se deriven de toda actividad creativa.

televisión en la cadena autonómica 7RM y en su web regmurcia.com. Posiblemente lo más destacado sea que el uso fraudulento se hiciera a sabiendas de tal circunstancia y que quien lo hizo sea una televisión pública.

Extracto de la Resolución: La queja que se formula se refiere a la divulgación de material audiovisual perteneciente a la productora, ya extinta, ZINE Edición e Imagen, y que es manipulado y presentado como propio tanto en la televisión autonómica de Murcia 7RM, como en su web. Además, la solicitante añade que también se da un supuesto de plagio en el documental “Cancionero popular” emitido por 7RM dentro del programa “El tiempo vivido” cuyo guión literario fue elaborado por ZINE Edición e Imagen para el documental que realizó para la Expo de Sevilla en 1992 titulado “Murcia, música u danza”. En la denuncia se señala al Ente Público Radiotelevisión Región de Murcia, titular de 7RM, a Región de Murcia Digital, titular de la web regmurcia.com, y a los periodistas Juan Bautista Sanz y Alicia Parra, director y redactora, respectivamente, del programa “El tiempo vivido” como responsables de los hechos que se describen.

Tras las debidas comprobaciones de los documentos aportados por las partes, y dejado claro que “la actividad informativa a través de la Red (Internet) ha de ser considerada como periodística, periodismo digital”, el ponente señala que la empresa que gestiona la web www.regmurcia.com es la Fundación Integra, a la que se le emplazó para que formulara alegaciones. Que en su escrito de respuesta, dicha Fundación manifestó no pertenecer “al colectivo cuya deontología vigila la Comisión de Quejas y Deontología, órgano de control interno de los profesionales del periodismo, además de no ser la autora de los contenidos, limitándose a su gestión”. Lo que significa – según el ponente- que la Fundación Integra queda extramuros del ámbito de actuación de esta Comisión de Quejas, ya que “su actividad no es periodística, sino instrumental” y podría concluirse que carece de legitimación pasiva.

Respecto al escrito remitido por la Televisión Autonómica de Murcia, en él se dice con ánimo exculpatorio que las imágenes utilizadas en el programa citado “son el resultado de los contratos de cesión de derechos, de explotación de derechos de propiedad intelectual suscrito entre Televisión Autonómica de Murcia y la Productora GS2 Gestión de Proyectos en fecha 21/12/2007 y 10/07/2008. Ambos contratos tienen como objeto la cesión de los derechos de explotación (reproducción, distribución, comunicación pública y transformación) de una serie de reportajes (65 cada uno de ellos)”. En consecuencia –matiza el ponente- su actuación queda extramuros sobre la intención de enjuiciar el plagio en sus dos vertientes, la que afecta a la propiedad intelectual y la que protege penalmente a ésta. Pues, de una parte, la declaración de a quien corresponde el derecho de autor o la comprobación de que existe o no un delito, son competencia exclusiva de los jueces y tribunales; y, de otra, las relaciones entre la emisora y la productora, al carecer de legitimación pasiva, quedan fuera de las competencias de la Comisión.

Respecto al documento “Cancionero Popular” para el programa “El tiempo vivido” de 7RM, el ponente significa que “se incluye íntegro el guión del documental “Murcia, música y danza” producido en 1992 por ZINE Edición e Imagen para la Expo de Sevilla”. El visionado de ambos documentos audiovisuales pone de manifiesto una serie muy numerosa de coincidencias tanto en el guión literario como en las imágenes. Es evidente que la redactora Alicia Parra “utilizó a sabiendas material ajeno como propio sin molestarse en citar su autoría o la procedencia”. Esta conducta, conocida como plagio, es por sí misma contraria al derecho de la propiedad intelectual, además de impropia de un periodismo limpio. Además, este tipo de conductas profesionales “resulta claramente contraria a la buena fe informativa quebrantando, en este aspecto, la carga de ‘veracidad’ exigida constitucionalmente y con mayor motivo entre periodistas”.

A la vista de los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología considera que Radiotelevisión de la Región de Murcia, a través de 7RM, en el programa “El tiempo vivido”, y de la página web de la Región de Murcia Digital en “Murcia, música y danza”, ha utilizado material gráfico y literario ajeno, a sabiendas de tal circunstancia, sin autorización ni citar su procedencia, **conducta contraria a la veracidad informativa** como principio rector de la actividad periodística, **conculcado también a título individual** por los periodistas Juan Bautista Sanz, director del programa, y Alicia Parra, redactora.

- **Resolución 2012/67 (Noviembre)**²⁸⁷ *Acerca de diversos compromisos éticos del periodista y de modo especial sobre la obligación de evitar expresiones o testimonios vejatorios o lesivos para la condición personal de los individuos.*

D. Juan Manuel García Torrecillas, médico del Complejo Sanitario Torrecárdenas de Almería, solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al periodista V. J. Hernández Bru por la difusión de varios artículos publicados en el periódico *Ideal* de Almería y en su blog personal, acerca del servicio de Urgencias del C. H. Torrecárdenas.

Acuerdo: Estimatorio por vulnerar los artículos 3, 4 y 13.a del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: La Resolución recoge la utilización de un medio de comunicación, por parte del periodista, para criticar una experiencia personal vivida en el servicio de Urgencias del Hospital. Este modo de actuar, según el

²⁸⁷ En la Resolución no se indica el día del mes.

ponente, no es propio de un profesional, puesto que la utilización de un espacio periodístico en un medio de difusión, no puede ser empleado para dirimir “batallas personales”, ya que los medios deben de estar al servicio del interés general y no del particular.

Extracto de la Resolución: Los hechos que se denuncian tienen su origen en el artículo “Torrecárdenas siglo XIX” publicado el 25 de junio de 2012 en el periódico *Ideal* de Almería. En él se critica la actitud de los profesionales sanitarios del servicio de Urgencias del citado hospital, con expresiones que, a juicio del demandante, “menoscaban, socavan y humillan a la profesión médica y a los profesionales de este servicio más allá de toda duda”. A partir de ese momento, se suceden una serie de artículos, esta vez en su blog personal, en un tono de crítica similar. Significar, que el *Ideal* publicó días después un artículo de réplica al escrito del Sr. Hernández Bru, firmado por el Coordinador del Servicio de Urgencias, Dr. Duarte Carrazo.

Una vez analizados los documentos aportados, el ponente distingue tres aspectos conflictivos relacionados con las normas deontológicas. En primer lugar, existe un “uso abusivo de un espacio periodístico en un medio de comunicación colectiva, con la intención de dirimir una cuestión personal”. Los medios de comunicación por definición deben estar al servicio del interés general y no para ser utilizados “como arma arrojadiza para ventilar batallas personales”. Por tanto, esta cuestión puede significar una evidente violación del artículo 13.a del Código Deontológico, donde se establece que el periodista “deberá fundamentar las informaciones que difunda, lo que incluye el deber de contrastar las fuentes y el dar la oportunidad a la persona afectada de ofrecer su propia versión de los hechos”. Pero también puede admitirse que esta pieza periodística aporta una considerable cantidad de datos (más propios de una crónica que de una columna de opinión) y que los hechos relatados no cumplen con el requisito deontológico de “difundir con

honestidad la información” (art. 3 del Código). “De los documentos aquí aportados se puede concluir con absoluta certeza que el periodista denunciado ni contrastó las fuentes del centro hospitalario ni dio oportunidad a las personas afectadas por su columna de opinión para que ofrecieran su propia versión de los hechos”.

El segundo aspecto que destaca el ponente es la identificación inadecuada de una médica. Hernández Bru señala con su nombre de pila a uno de los médicos del servicio de urgencias que atendieron a su familiar y a quienes acusa de mala práctica profesional. Esta “identificación tan clara e inequívoca repercute negativamente en la imagen pública de la experta sanitaria, en abierta colisión con la obligación del periodista de respetar el ‘derecho de las personas a su propia imagen’ (art. 4 del Código)”.

Y, el tercer aspecto destacado es sobre la utilización de expresiones o testimonios vejatorios o lesivos, como señala el demandante en su solicitud. Expresiones como “reyezuelos del funcionariado médico-sanitario”, “foco irreductible del espíritu decimonónico”, “choza médica”, “el doctor o lo que sea” o “tugurio médico”, a juicio del ponente, están en el límite de lo que podrían ser considerados “testimonios vejatorios o lesivos”, pero dado el tipo de lenguaje que en los últimos tiempos se viene empleado en los espacios de opinión, tanto en prensa, pero especialmente en radio y televisión, no parece del todo ajeno su utilización. Y aunque el ponente cree que el columnista debería haber observado mayor contención a la hora de buscar términos impactantes para la crítica, en este caso “se inclina por una disposición respetuosa con el derecho del periodista a la ‘libertad del comentario y la crítica (art. 3 del Código) en lo que se refiere a los términos empleados”.

A la vista de los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología declara que el periodista VJ. Hernández Bru **ha vulnerado el Código Deontológico** de la FAPE en lo que se atañe a los **artículos 13.a** (deber de contrastar las fuentes y dar oportunidad a la persona afectada a

ofrecer su propia versión de los hechos), **artículo 3** (deber del periodista de difundir con honestidad la información) y **artículo 4** (obligación del periodista a respetar el derecho de las personas a su propia imagen).

13.9. Resoluciones año 2013 (2013/68 a 2013/82)

- **Resolución 2013/68 (6 de Febrero)** *Sobre una noticia aparecida en diversos medios de comunicación en la que se identifica a una mujer transexual como un hombre.*

D^a Mar Cambrollé Jurado, en representación de la Asociación de Transexuales de Andalucía-Sylvia Rivera, solicita a la Comisión de Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a Canal Sur (portal web), *El País-Andalucía*, *Andalucía Información*, *20 Minutos*, *Málaga Hoy*, *Qué es* (paginanoticias.es) *La Opinión de Coruña*, *La Vanguardia*, *Noticias.com*, *Diario de Mallorca*, *La Opinión de Málaga* y Efe.com por la publicación de una noticia en la que se identifica a una mujer transexual como un hombre.

Acuerdo: Estimatorio por vulnerar el artículo 7 del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Se trata de un error en cadena cometido por los medios al reproducir una noticia difundida por agencia. No obstante, la Comisión hace una llamada de atención para que los periodistas extremen su celo profesional con el fin de evitar situaciones discriminatorias como la que ocurre en este caso. Y lo hace diciendo que “el periodista no puede ser una mera correa de transmisión de prejuicios y tópicos sobre los colectivos minoritarios, al socaire de la moralidad mayoritaria. En el ámbito de los

derechos humanos, el informador profesional no puede remitir esta responsabilidad a terceros, ya sea porque la fuente oficial o algún testigo presencial pudieran transmitirlo en términos imprecisos”.

Extracto de la Resolución: La noticia que se denuncia trata del asesinato de una mujer transexual por su pareja, publicada el 16 de noviembre de 2012 en los medios citados. Para la solicitante, dicha información vulnera el Código Deontológico y solicita a la Comisión que “inste a los medios a que publiquen una rectificación de la noticia, para que de ese modo se respete el derecho a la integridad, la dignidad y la identidad de la mujer asesinada”.

La Comisión, antes de valorar el contenido analizado, expone que Canal Sur queda excluido de este expediente al comprobarse por sus alegaciones que este medio reconoció la condición femenina de la víctima. También destaca que en el transcurso de la elaboración de esta ponencia, algunos medios notificados por la Comisión sobre dicha infracción del Código Deontológico, han procedido de manera espontánea a corregir la noticia y referirse a la víctima como mujer y no como hombre (destaca que *20 Munitos* incluyó una llamada al pie de la noticia indicando que dicha decisión era tomada siguiendo la reclamación cursada por la Comisión).

Entrando en el tratamiento que los distintos medios realizaron de la noticia, cabe destacar que existe homogeneidad en su contenido, consecuencia de la reproducción que la práctica totalidad hizo de la nota que la agencia de prensa distribuyó. Como resultado, en todos ellos la víctima es tratada como un hombre y no como una mujer, la cual ha sido objeto de violencia por parte de su pareja. Por tanto, la Comisión estima que se ha vulnerado el artículo 7 del código Deontológico de la FAPE, en el que se indica que: “El periodista extremará su celo profesional en el respeto a su derecho a los más débiles y los discriminados. Por ello, debe mantener una especial sensibilidad en los casos de informaciones u opiniones de contenido eventualmente

discriminatorio o susceptibles de incitar a la violencia o a prácticas humanas degradantes”. Además, una adecuada identificación de la víctima como mujer hubiera permitido evidenciar que se trataba de un caso de violencia de género, contexto en el que sí hubiera sido pertinente desde un punto de vista informativo haber indicado que se trataba de una mujer transexual, tanto por su novedad, como con el propósito de evidenciar que esta lacra social afecta a todo tipo de identidades femeninas.

Una vez visto los razonamientos de la ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología entiende que se **ha incurrido en una infracción del artículo 7** del Código Deontológico de la FAPE por parte de los medios de comunicación anteriormente citados, por lo que insta a aquellos que todavía no han procedido a modificar la noticia, a hacerlo en los términos que se propone en esta Resolución. La Comisión también quiere reconocer el compromiso de algunos medios con los acuerdos adoptados por esta Comisión por haber modificado la noticia en los términos señalados aun con anterioridad a la presente Resolución.

- **Resolución 2013/69 (Marzo)**²⁸⁸ *Sobre el tratamiento que da un medio de comunicación digital a las declaraciones por la demandante en una grabación de vídeo.*

D^a Marta Eugenia Rodríguez de la Torre solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología²⁸⁹ la apertura de expediente deontológico a los periodistas Laura Albor y Antonio Martínez por la publicación en *Lainformación.com*, el 19 de noviembre de 2012, de una información sobre su

²⁸⁸ En la Resolución no se indica el día del mes.

²⁸⁹ A partir de esta Resolución la Comisión pasará a denominarse “Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología”. No obstante, en las Resoluciones 2013/71, 2013/72 y 2013/73, quizá por falta de hábito, se seguirá utilizando la denominación antigua “Comisión de Quejas y Deontología”.

profesionalidad extraída de una entrevista concedida por la interesada en el mismo medio.

Acuerdo: Desestimatorio al no vulnerarse ningún precepto deontológico.

Comentario personal: En esta resolución la afectada se queja de que la información denunciada daña gravemente su imagen profesional, al ofrecer datos falsos y no veraces, además de no contrastar sus contenidos. Sin embargo, tal como demuestra el propio medio y avala el ponente, todos los datos que se publican además de ser veraces (todos son proporcionados por la propia afectada en una entrevista concedida al mismo medio) han sido previamente contrastados con otras fuentes. La afectada se convierte con sus propias declaraciones en verdugo de sí misma, puesto que en la noticia todo lo que aparece está extraído de lo que ella dice en su entrevista. Otra cosa, es que los datos que ofrezca no sean verdaderos, como ha ocurrido, y entonces se destape la falsedad de algunos méritos que se arrogó durante años y que le sirvió para prestigiarse profesionalmente. En este caso, la culpa no es del mensajero, pues los periodistas lo único que hacen es contrastar los datos aportados por la entrevistada y verificar si son o no ciertos.

Extracto de la Resolución: El artículo objeto de denuncia se pregunta en titulares “¿Es Marta Eugenia la mujer más inteligente de España?”, y a éste le acompañan varios destacados que afirman: “La leonesa cultiva una imagen de superdotada basándose en afirmaciones falsas o no probadas”, “Ella misma desmiente ahora hechos de los que había presumido en los medios”, “Como prueba, asegura haber desmontado la teoría de la Relatividad de Einstein”. En el cuerpo de la noticia se cuestionan algunos datos, aportados por ella misma, sobre su capacidad intelectual y su currículum. Los periodistas basan toda la información del artículo en las declaraciones que la propia demandante realizó

al mismo medio en una entrevista de dos horas de duración. Sin embargo, con la publicación de este artículo (que no la entrevista) la solicitante afirma haber visto dañada gravemente su imagen, ya que el contenido de la noticia proporciona, según ella, información no contrastada, no veraz y falsa, tergiversa los datos ofrecidos y se manipulan con propósito lesivo de su honor y su propia imagen.

Por su parte, los periodistas demandados defienden su trabajo al que consideran que se ha hecho con criterios estrictamente profesionales y deontológicos. Que los datos publicados sobre doña Marta Eugenia Rodríguez responden a criterios de veracidad y están perfectamente acreditados y documentados, “ya que son afirmaciones de la propia interesada disponibles en el vídeo que acompaña a la noticia” (se trata de un vídeo de partes de la entrevista donde aparecen sus declaraciones). Y respecto a los datos que se rebaten (como los referentes a su capacidad intelectual y su currículum) estos están debidamente contrastados con personas e instituciones de reconocido prestigio. En resumen, los periodistas afirman estar convencidos de que su trabajo se atiene a los códigos deontológicos de la profesión: “demostramos meticulosamente cada una de las afirmaciones del reportaje y los acreditamos documentalmente por varios medios”. Pero, además, añaden que este reportaje “obedece a su vez a una labor de denuncia social ante las quejas de los padres de niños con autismo y malas prácticas de la señora Marta Eugenia Rodríguez de la Torre” (esta señora tiene una actividad empresarial de educación destinado a colectivos especialmente vulnerables y sensibles, como familias con afectados por Trastornos del Espectro Autista).

Una vez analizadas todas las pruebas aportadas por las partes, con especial interés en la entrevista de dos horas realizada a la afectada, la ponente considera que las afirmaciones que desmienten la preparación y los méritos de la señora Rodríguez las hace ella misma: reconoce no haber trabajado en

Estados Unidos como adjunta a un Premio Nobel, no tiene dieciséis carreras y no puede probar que posee un cociente intelectual de 220. Por tanto, considerando como premisa que las afirmaciones de la interesada sobre sí misma reflejadas en el vídeo son veraces, para la ponente “los periodistas denunciados no han incumplido el principio general nº 2 del Código Deontológico de la FAPE, ya que han respetado la verdad”. Y en esa misma premisa se sustenta el razonamiento sobre el cumplimiento del principio de actuación nº 13, ya que los periodistas han informado sobre hechos cuyo origen conocen, pues son afirmaciones de la propia denunciante. Y puesto que los documentos mencionados en el artículo están publicados en su propia web, no pueden considerarse material informativo falso, engañoso o deformado, mas bien al contrario, pues es la propia denunciante “quien reconoce la falsedad de algunos de ellos y la imposibilidad de demostrar otros”.

Lainformación.com tampoco incumple la obligación moral de fundamentar las informaciones que difunde, puesto que los datos del artículo denunciado surgen, prácticamente en su totalidad, de una versión propia de hechos por parte de la denunciante en esa misma entrevista. Además, en las consultas realizadas por los periodistas a dos asociaciones de superdotados y a ocho expertos en los Trastornos del Espectro Autista se nombran a las fuentes y, por tanto, son contrastables. Y por otro lado, el mismo medio publicó el 22 de noviembre de 2011 (y con enlace desde la noticia original) un escrito de rectificación remitido por la denunciante y en el cual aseguraba estar haciendo públicos los documentos e informes que prueban sus capacidades y títulos recogidos en su currículum, documentos que todavía no han sido revelados.

En cuanto al principio de actuación nº 16, relacionado con el *off the record*, el Código Deontológico precisa que este medio de protección de la información debe ser expresamente invocado, y en el caso de la entrevista, “a

lo largo de sus dos horas de duración, no se invoca el *off the record* en ninguna ocasión”. Y en cuanto al principio de actuación nº 17, la redacción del artículo está basada en la exposición de hechos más que en la de opiniones o conjeturas, y por tanto “no puede considerarse incumplido”.

En conclusión, la ponente considera que los periodistas de *Lainformación.com* no han incumplido el Código Deontológico; por el contrario, han actuado con respeto palpable en las preguntas a la entrevistada en el vídeo y en el propio artículo, que bebe de fuentes contrastables e ignora la presencia de opiniones muy negativas sobre la demandante en las redes sociales y foros de Internet.

Una vez oídos y estudiados los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología declara que los periodistas Laura Albor y Antonio Martínez **no han vulnerado el Código Deontológico** de la FAPE.

- **Resolución 2013/70 (7 de Mayo)**²⁹⁰ *Sobre vulneración del derecho a la presunción de inocencia y del derecho a la intimidad de un ciudadano, detenido y acusado de terrorismo.*

La Agrupación Feminista Conas Ceives del Val de Amaía (Coruña) solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a *El Correo Gallego* y otros medios por las noticias publicadas entre los días 8 y 10 de enero de 2013 sobre la detención de Hadriám Mosqueira acusado de terrorismo.

²⁹⁰ La fecha de esta Resolución, 7 de mayo, evidencia un error en el número de orden, puesto que tanto la anterior como la siguiente a ella están fechadas en el mes de marzo.

Acuerdo: Desestimatorio por no vulnerar ningún precepto del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: En esta Resolución el ponente deja claro dos cuestiones a tener en cuenta cuando se informa sobre actividades terroristas. La primera, que la presunción de inocencia es un derecho del ciudadano que no suspende ni anula el derecho y el deber de informar y de ser informado que tienen los periodistas y los ciudadanos. Y la segunda, que el derecho a la intimidad, que de por sí no abarca la totalidad de los datos personales porque los hay que son públicos, abiertos, accesibles y divulgables, en lo que se refiere a la detención de presuntos terroristas, son datos de interés informativo su procedencia, formación, dedicación, aficiones y algunas otras circunstancias personales. Lo que significa que, en aras de poder ofrecer una información lo más completa posible sobre los detenidos y sus actividades, los periodistas pueden hacer uso de los datos personales que tengan relación con el motivo de su detención sin temor a incurrir en incumplimiento deontológico.

Extracto de la Resolución: La solicitante en su escrito denuncia que durante los días 8 y 10 de enero en varios medios, entre ellos *El Correo Gallego*, se informó sobre la detención de una persona acusada de terrorismo y pertenencia a Resistencia Galega. Las informaciones publicadas por este medio llevan como títulos y subtítulos “Detenido un presunto terrorista de Resistencia Galega en Ames”, “Se trata de Adrián Mosqueira Pazos. Fue sorprendido en una caseta en el lugar de Instrumento. Las fuerzas de seguridad se incautaron de tres termos con pólvora prensada y tres pilas sin temporizador”. Y añaden piezas complementarias tituladas: “El Ayuntamiento de Ames felicita a las fuerzas de seguridad por la detención del presunto terrorista. Rueda (vicepresidente de la Xunta) celebra la contundencia contra las actuaciones de Resistencia Galega. La Policía considera descabezado el

grupo que pretendía reactivar Resistencia Galega”. Todas ellas firmadas por la redacción del medio y por las agencias EFE y Europa Press.

Para la demandante, las informaciones, sobre todo de *El Correo Gallego*, divulgaron datos personales del detenido, lo que lo consideran una “intromisión gratuita en la vida privada de la persona afectada sin su consentimiento”. Los datos a los que se refiere están relacionados con su perfil profesional y aficiones, así como otros que hacen referencia a su militancia política: fue candidato en las elecciones locales de 2011 por Esquerda Alternativa Veciñal, militante de la Assamblea de Mocidade Independentista, fue detenido en 2005 en la “Operación Castiñeira” por enaltecimiento del terrorismo y desórdenes públicos, en 2009 fue multado con 1.100€ por desórdenes públicos y daños a bienes de uso público.

Por su parte, desde *El Correo Gallego* se indica en su escrito de alegaciones que “los datos denunciados son los que aparecen en la noticia de la agencia Europa Press” y por ello entienden que “cualquier argumentación que pudiera hacerse sería sobre un trabajo ajeno, que nosotros (*El Correo Gallego*) divulgamos. Entendemos que una primera defensa correspondería a la agencia”.

Una vez analizadas las pruebas aportadas y los enlaces de los medios digitales que trataron la misma noticia, el ponente considera que las informaciones aparecidas en *El Correo Gallego* y otros medios sobre la detención del presunto terrorista se corresponden con la pauta habitual de un relato periodístico de hechos apoyados con fuentes informativas. Hechos como el auto de prisión, así como los antecedentes del detenido, refuerzan la consistencia y relevancia de los datos divulgados por la policía, que fueron fuente esencial de las informaciones.

“La presunción de inocencia –explícita el ponente- es un derecho del ciudadano, que no suspende ni anula el derecho y deber de informar y de ser informado que tienen los periodistas y los ciudadanos”. Para los profesionales,

la presunción de inocencia debe estimular la diligencia y el esmero en la verificación de los hechos, del control de las fuentes y del rigor del relato, “pero en ningún caso paralizar u ocultar una información que tiene interés para los ciudadanos”. Y las referidas a la amenaza terrorista lo tienen.

Sobre el derecho a la intimidad que se alega en el escrito de demanda, el ponente destaca que éste “no abarca la totalidad de los datos personales. Hay datos que son públicos, abiertos, accesibles y, también, divulgables. Y los divulgados sobre Adrián Mosquera, en unos casos se refieren a datos que él mismo publicó en redes sociales abiertas (su trabajo y aficiones) y en otros casos a sus propias actividades en espacios públicos, que provocaron actuaciones policiales y judiciales y que fueron divulgados en su día”. En la detención de un presunto terrorista tiene especial interés informativo quién es el detenido, “como también su procedencia, formación, dedicación, aficiones y algunas otras circunstancias personales”. El Código Deontológico es especialmente exigente en la reserva respecto a las víctimas de un delito, cosa que no parece ser el caso.

Otra cuestión que también destaca el ponente y llama su atención, es la excusa utilizada por *El Correo Gallego* al trasladar la responsabilidad informativa de este caso a la agencia de noticias que divulgó la nota de la detención²⁹¹. “Los medios que publican, que divulgan, son responsables, citen o no, de lo que publican, tienen el deber de verificación de cuanto publican, y son plenamente responsables de ello”. Los medios confían en intermediarios profesionales como son las agencias, también en notas oficiales de instituciones o personas con credibilidad, “pero eso no los exime de responsabilidad”. El deber de verificación es un elemento medular y central del periodismo.

²⁹¹ Sobre este particular ya quedó clara la postura de la Comisión en la Resolución 2013/68, de fecha 6 de febrero. En ella se decía literalmente que “el periodista no puede ser una mera correa de transmisión” en referencia a que ni el medio ni el periodista pueden remitir la responsabilidad de los contenidos informativos a terceros. Es responsabilidad de los profesionales de la información contrastar los datos y verificar los contenidos que les suministran otros, aunque sean fuentes profesionales u oficiales. Pues “la responsabilidad de cualquier acto profesional es personal”

Vistos los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología considera que las informaciones aparecidas en *El Correo Gallego* y en otros medios **no vulneran el Código** Deontológico de la FAPE.

- **Resolución 2013/71 (Marzo)**²⁹² *Sobre la utilización de material informativo falso, engañoso o deformado y el uso de expresiones vejatorias o lesivas para la condición personal de los individuos.*

D. José Luís Dader García solicita a la Comisión de Quejas y Deontología²⁹³ la apertura de expediente deontológico a D. Felicísimo Valbuena de la Fuente, por la publicación de dos artículos en el periódico digital *La Voz Libre* los días 10 y 24 de septiembre de 2012 al considerarlos difamatorios contra su persona y contrarios a su derecho al honor, su imagen y su prestigio académico.

Acuerdo: Estimatorio por vulnerar los artículos 7.c, 13 y 17 del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: La rivalidad profesional de dos catedráticos universitarios ha llevado a uno de ellos a presentar una queja ante la Comisión, en la que denuncia ser víctima de una manipulación, mediante la falsedad de datos y la tergiversación de contenidos, en dos artículos publicados por su colega. Si la prensa históricamente ha servido de plataforma para criticar actitudes profesionales y personales, llegando incluso al desprestigio social, con este caso tenemos una evidencia actual. Las diferencias académicas han llevado a uno de ellos a utilizar la prensa para cuestionar las aptitudes de su

²⁹² En la Resolución no se indica el día del mes.

²⁹³ A pesar de que a partir de la Resolución 2013/69, de marzo, la Comisión pasará a denominarse “Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología”, quizá por falta de hábito, en las Resoluciones 2013/71, 2013/72 y 2013/73 se seguirá utilizando la denominación antigua “Comisión de Quejas y Deontología”.

compañero, y para ello, no ha dudado en emplear malas praxis periodísticas. Lo sorprendente de este caso es que la Comisión haya decidido tramitar esta queja aun cuando el demandado no tiene la condición de periodista y, además, los artículos que se denuncian se enmarcan dentro de los denominados de opinión.

Extracto de la Resolución: Los artículos denunciados por el solicitante hacen referencia a una conferencia que éste dio en el Congreso Internacional de la Sociedad Española de Periodística celebrado en mayo de 2011 en Valladolid. En ambos artículos, el catedrático de la Universidad Complutense de Madrid Felicísimo Valbuena, comenta la intervención de Dader en el citado Congreso y que, a juicio del demandante, contienen material engañoso y/o manipulado, además de una serie de inexactitudes en las transcripciones de su comparecencia. Así mismo, también le acusa de atribuirle citas textuales directas con incorrecciones lingüísticas y torpeza redaccional, todo ello con el único objetivo de atentar contra su honor y prestigio académico (Dader también es catedrático de la Complutense).

Por su parte, Felicísimo Valbuena, que en su escrito de alegaciones deja entrever su animadversión manifiesta hacia Dader, reconoce que las expresiones y los datos que le atribuye a éste los sabe a partir de unas transcripciones del Congreso que una fuente anónima le hace llegar (es decir, Valbuena no ha escuchado lo que dijo Dader en su comparecencia y se basa en un documento, que alguien le envía –no dice quién- y que presuntamente recoge su intervención). Según Valbuena, lo que pretende con su demanda Daer es “trasmitir la idea de que he desfigurado intencionadamente el fondo de su conferencia. Y eso no es así. Lo que he hecho ha sido atenerme a las transcripciones que me hizo llegar la persona a la que antes me he referido” (siempre sin citar su nombre).

Una vez analizadas las pruebas aportadas por las partes, para el ponente los artículos aparecidos en *La Voz Libre* “van más allá del derecho a la crítica y a la opinión”. Se constata que Valbuena lleva a cabo una serie de menosprecios y descalificaciones sin ningún elemento de ponderación, al declarar él mismo que escribe para “pasármelo bien” y que sus lectores participen de “mi estado de ánimo jocoso”. Las descalificaciones ofensivas son continuas en ambos artículos, y vierte sobre Dader una sospecha infundada sobre su intervención en el Congreso. Por otra parte, si bien algunos epítetos pueden tener cabida como materia de opinión, como cuando dice que Dader “tiene ramalazos dogmáticos” o que hace “ridículas definiciones” o que sus “propuestas son de aurora boreal”; otros, en cambio, no pueden ser calificados ni como “jocosos”, como el mismo los define, por ejemplo: “teórico ignorante”, “auténtico majadero”, “conferenciante al que se le nota el pelo de la dehesa” o “gran desconocedor de la literatura, la psicología y la comunicación interpersonal y colectiva”.

En cuanto a la transcripción que alguien le hizo a Valbuena, una vez cotejada palabra por palabra con la que pronunció Dader, ésta está llena de gazapos, “con la particularidad que todos los errores redundan en cambiar el sentido de la frase para evidenciar lo absurdo y/o a veces caótico que resulta la conferencia de Dader. O bien, para atribuirle frases sin ningún sentido”, apunta el ponente.

Dicho lo anterior, la Comisión de Quejas, se ve en el deber de mantenerse al margen de las inquinas académicas entre catedráticos y declara que sólo puede entender y pronunciarse por lo que respecta a la queja presentada por D. José Luís Dader sobre un tema muy concreto: los dos artículos del Catedrático emérito Felicísimo Valbuena contra el catedrático José Luís Dader, publicados el 10 y 24 de septiembre de 2012, en el periódico *La Voz Libre*.

Por tanto, a la vista de los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología entiende que Felicísimo Valbuena, en sus artículos citados **ha conculcado el artículo 7.c**, referido, concreta y expresamente a que “el periodista debe, con carácter general, evitar expresiones o testimonios vejatorios o lesivos para la condición personal de los individuos”. **Y también los artículos 13 y 17** del Código Deontológico, concreta y expresamente referidos a que “el compromiso con la búsqueda de la verdad, llevará al periodista a informar sólo sobre hechos de los cuales conozca su origen, sin omitir informaciones esenciales, así como a no publicar material informativo engañoso o deformado” (art. 13); y a que “el periodista establecerá siempre una clara distinción entre los hechos que narra y los que puedan ser opiniones, interpretaciones o conjeturas, aunque en el ejercicio de su actividad profesional no está obligado a ser neutral” (art. 17).

- **Resolución 2013/72 (7 de Mayo)** *Sobre el derecho a unas condiciones de trabajo dignas, tanto en lo que se refiere a la retribución, como a las circunstancias materiales y profesionales en las que el periodista debe desempeñar su tarea.*

D. Vidal Muñoz Martín solicita a la Comisión de Quejas y Deontología²⁹⁴ la apertura de expediente deontológico al *Diario de Córdoba* por la publicación el 28 de febrero de 2013 de una viñeta sin su autorización.

Acuerdo: Estimatorio por vulnerar el artículo 8 del Código Deontológico de la FAPE.

²⁹⁴ A pesar de que a partir de la Resolución 2013/69, de marzo, la Comisión pasará a denominarse “Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología”, quizá por falta de hábito, en las Resoluciones 2013/71, 2013/72 y 2013/73 se seguirá utilizando la denominación antigua “Comisión de Quejas y Deontología”.

Comentario personal: La exigencia de una retribución por el trabajo realizado ha llevado a la FAPE, desde hace tiempo, a promover una campaña de concienciación entre las empresas periodísticas y los editores para que respeten la dignidad, no sólo de los periodistas, sino también de la libertad de prensa. Bajo la etiqueta *#gratis no trabajo*, que ha tenido un extraordinario seguimiento y aceptación en las redes sociales, la FAPE quiere trasladar al sector de los medios y a la sociedad que sólo un trabajo dignamente remunerado es garantía de independencia para el periodista y para el periodismo.

Extracto de la Resolución: El demandante reconoce no tener una relación contractual con el *Diario de Córdoba* y que ocasionalmente envía algunas viñetas como muestras comerciales por ver si les interesa publicarlas. Sin embargo, a pesar de que en las posdatas de los correos electrónicos que remite se lee textualmente “Esta viñeta se envía como muestra comercial y no otorga derecho de publicación ni de reproducción. Todos los derechos reservados” el periódico publicó el 28 de febrero de 2013 una de sus viñetas sin su autorización y sin comunicárselo.

Para el ponente, es evidente que el señor Muñoz Martín lo que pretendía era dar a conocer sus trabajos con el objetivo de entablar una posible relación comercial, pero manteniendo a salvo sus derechos de publicación hasta conseguir una relación contractual. El punto 8.a del Código Deontológico establece que “para garantizar la necesaria independencia y equidad en el desempeño de su profesión, el periodista deberá reclamar para sí, y para quienes trabajen a sus órdenes, el derecho a unas dignas condiciones de trabajo, tanto en lo que se refiere a la retribución, como a las circunstancias materiales y profesionales en las que debe desempeñar su tarea”.

A la vista de los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Quejas y Deontología declara que el *Diario de Córdoba* **ha vulnerado el artículo 8.a** del

Código Deontológico de la FAPE, en el que se defiende el derecho a unas condiciones de trabajo dignas, tanto en lo que se refiere a la retribución, como a las circunstancias materiales y profesionales en las que debe desempeñar su tarea.

No obstante, la Comisión hace constar que con posterioridad a ser aprobada la presente Resolución, el denunciante informó de haber llegado a un acuerdo con el *Diario de Córdoba* sobre el abono de sus honorarios por la viñeta publicada.

- **Informe /Resolución 2013/73 (7 de Mayo)** *La intervención retribuida de testigos y protagonistas de un proceso judicial, ante los medios.*

Informe emitido por la Comisión de Quejas y Deontología²⁹⁵ sobre las consecuencias que pueden acarrear la intervención retribuida en los medios de comunicación de testigos y otros protagonistas de un proceso judicial.

Acuerdo: No procede

Comentario personal: En este Informe/Resolución la Comisión ha querido dejar patente que la aparición en los medios de comunicación de personas relacionadas con procesos judiciales en marcha (testigos, imputados, coimputados, peritos...) conlleva unos riesgos que pueden afectarles en su contra, máxime si esa aparición se hace a cambio de una retribución económica. La dimensión pública de la justicia significa una garantía para quien tenga que ser llevado ante ella, pero, en ocasiones, también puede significar un deterioro o minoración de un derecho tan básico como es la

²⁹⁵ A pesar de que a partir de la Resolución 2013/69, de marzo, la Comisión pasará a denominarse “Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología”, quizá por falta de hábito, en las Resoluciones 2013/71, 2013/72 y 2013/73 se seguirá utilizando la denominación antigua “Comisión de Quejas y Deontología.”

presunción de inocencia. Puede suceder, por ejemplo, cuando se realizan apariciones mediáticas, sobre todo en los platós de televisión, para ser entrevistados por su condición de protagonista en un proceso judicial. Porque, tal como se indica en el informe, cuando se producen comparecencias públicas de testigos, y sobre todo mediante retribución económica, existe un alto riesgo de distorsión de la veracidad, y eso podría conllevar una responsabilidad penal por falso testimonio. Los medios, en su afán por lograr información acerca de procesos judiciales, en ocasiones retribuyen a sus protagonistas para que acudan a contar y a expresar sus opiniones, sin embargo, esa situación, que es totalmente lícita y está amparada por el derecho a la libertad de expresión, puede chocar con otro derecho también esencial como es el de la tutela judicial efectiva cuya piedra angular en el derecho de defensa. Las personas que acuden a los programas de televisión cobrando, para hablar de los procesos judiciales en que estén inmersos, deben ser conscientes de los riesgos que asumen y las consecuencias que puedan derivarse. Pero también es una llamada de atención para los medios que pagan por conseguir, de ese modo, la información que van buscando. Por ello, la Comisión ha dejado claro en este informe los riesgos y las consecuencias que conlleva este tipo de prácticas.

Extracto del Informe/Resolución: El informe analiza la intervención retribuida en los medios de testigos y otros protagonistas de procesos judiciales. Para ello, se han de dar tres características: a) la existencia de un proceso penal en marcha, generalmente en fase de instrucción; b) la comparecencia ante los medios, principalmente televisión, de un testigo o protagonista referido a un proceso judicial; y, c) que esa presencia haya sido retribuida mediante algún tipo de contraprestación.

En estos casos intervienen dos bloques jurídicos esenciales: la libertad de expresión y el derecho a la tutela judicial efectiva, ejercido a través del

derecho de defensa. Ambos son fundamentales, pero en ocasiones uno y otro pueden tensarse y chocar, porque en un proceso de instrucción y enjuiciamiento criminal coinciden la condición pública de la impartición de justicia y la libertad de expresión e información. En ocasiones, la misma dimensión pública de la justicia puede minorar derechos tan básicos como la presunción de inocencia, que puede venir motivado por el lícito ejercicio del derecho a la información que puede transformar “un juicio justo” en un “juicio paralelo”. Y puede convertir un enjuiciamiento por jueces en un enjuiciamiento mediático.

La presencia ante los medios de testigos y protagonistas en un proceso penal en curso, mediante retribución, conlleva el riesgo de que las compensaciones económicas más o menos indirectas distorsionen la verdad y, a su vez, comporta un doble y grave riesgo en la recta administración de justicia. Primero, porque la publicidad y difusión mediática ha lanzado ya opiniones y testimonios que quedan en el aire, obligando a los jueces a un blindaje adicional sobre la opinión pública creada al socaire de estos testimonios. Y, segundo, porque existe un riesgo para el derecho de defensa de los implicados en el proceso, que llegarán al juicio plenario con una opinión pública creada en base a testimonios que, por retribuidos y públicos, pueden erosionar gravemente la presunción de inocencia.

En conclusión, para la Comisión de Quejas y Deontología es conveniente destacar y recordar:

1. El derecho/deber de información sobre causas penales no puede ser limitado si no se dan los supuestos, necesariamente restringidos, de inveracidad o protección extrema del interés general.
2. Impartiéndose la justicia públicamente, todas sus fases están sujetas al principio general de publicidad, sin perjuicio de las restricciones específicas: secreto sumarial y excepcional juicio plenario a puerta cerrada (bastante infrecuentes).

3. La comparecencia mediática de testigos y otros protagonistas del proceso mediante retribución genera una situación de riesgo, tanto para la recta administración de justicia como para el derecho de defensa, de los implicados en la causa. La retribución crea una “esfera de interés” que pudiera incluso derivar en tacha de testigo.
4. En cualquier caso, la valoración de estos riesgos se inserta en la responsabilidad del medio, que es a quien corresponde no sólo la autorización sino la estimación de su trascendencia.
5. Desde luego, la publicación o emisión de este tipo de testimonios retribuidos está sujeta al principio de veracidad y condicionada por las limitaciones a la intromisión en la intimidad, el respeto a las víctimas y el tratamiento de lo que concierne a menores y excluidos en general.

Recordatorio especial merece el principio general 5.a del Código Deontológico de la FAPE, que establece que el periodista “deberá evitar en sus informaciones a los familiares y amigos de personas acusadas o condenadas por un delito, salvo que su mención resulte necesaria para que la información sea completa y equitativa”.

- **Resolución 2013/74 (6 de Noviembre)** *Sobre el compromiso ético del periodista con la verdad y su incumplimiento en la redacción de un titular informativo.*

La Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España (ANICE) solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al diario *La Razón* por la publicación de la información “Chuletones, salchichas y embutidos que ‘matan’ en su suplemento “A tu salud” el 18 de marzo de 2012.

Acuerdo: Estimatorio por vulnerar el artículo 2 del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: El contenido de esta Resolución es la continuación del acuerdo adoptado en la Resolución 2012/63 (Junio) *Sobre la tramitación de un expediente por la Comisión de Quejas, cuando se ha acudido simultáneamente a la vía jurisdiccional*. En aquella ocasión, dado que el solicitante con posterioridad a la presentación de la queja ante la Comisión decidió acudir también a la vía judicial por el mismo motivo, el órgano deontológico decidió “suspender la tramitación de dicho expediente hasta que se acredite el resultado del proceso que se tramita ante la jurisdicción ordinaria al amparo de la Ley Orgánica 2/1984.” Una vez tenido conocimiento del fallo judicial, la Comisión retoma el expediente para analizar la denuncia de ANICE sobre *La Razón*.

Extracto de la Resolución: En la Resolución se da cuenta de los motivos que condujeron al demandante a presentar la queja deontológica, así como la decisión de acudir a la Justicia para reclamar su derecho de rectificación, dada la negativa del medio a publicar la rectificación enviada por ANICE. Los hechos denunciados tienen que ver con la publicación de un reportaje en el suplemento “A tu salud” titulado “Chuletones, salchichas y embutidos que ‘matan’”. En el mismo se relaciona el consumo de carnes rojas con el aumento del riesgo de padecer enfermedades cardiovasculares, algunos tipos de cáncer y diabetes. El solicitante calificó esta información de inexacta, alarmista y desproporcionada, a la vez que resaltó el grave daño que podía causar a la imagen del sector cárnico la repercusión negativa de dicho artículo, que además también había sido publicado por la edición digital *larażón.com*.

ANICE presentó una demanda judicial ejercitando el derecho de rectificación amparado en la Ley Orgánica 2/1984, de 26 de marzo, cuya sentencia firme dispone: “DECLARAMOS haber lugar al derecho de

rectificación ejercitado por la Asociación Nacional de Industrias de la Carne de España frente al director del diario *La Razón* y ORDENAMOS la publicación, en el primer suplemento del periódico “A tu salud” que imprima desde la notificación de esta sentencia, y en el plazo de tres días en tantas ediciones digitales como se haya difundido, del siguiente texto de rectificación, sin comentario ni apostillas” (y a continuación aparece el texto completo que se ordena publicar).

Por su parte, la Comisión, una vez conocida la decisión judicial, acuerda la reactivación del expediente deontológico que había sido suspendido de forma cautelar en la Resolución 2012/63, de junio²⁹⁶. Sin embargo, ha de acotarse el alcance y significado de la Sentencia para evitar que el órgano deontológico pueda pronunciarse sobre cuestiones resueltas en el ámbito jurisdiccional que la Constitución atribuye sólo a los Tribunales. Dado que el órgano judicial se ha pronunciado sobre el derecho de rectificación a favor del demandante, la Comisión ya no puede pronunciarse sobre lo relacionado en el artículo 13.a del Código Deontológico en lo que concierne al deber de fundamentar las informaciones difundidas, contrastar las fuentes y dar oportunidad a la persona afectada de ofrecer su propia versión de los hechos.

En consecuencia, a pesar de que la Comisión de Quejas “ya no puede alcanzar a lo relacionado con el art. 13.a del Código Deontológico, ya resuelto ante el orden jurisdiccional. Sin embargo, resulta procedente centrar nuestro análisis en cuanto concierne al deber fundamental de veracidad que el denunciante considera infringido”, puesto que la Sentencia, resolviendo el derecho de rectificación, no se pronuncia sobre la veracidad de lo publicado. Y por tanto, lo que la Comisión resuelva sobre la veracidad del reportaje publicado en *La Razón* sí está en el ámbito de su propia competencia y “de

²⁹⁶ En aquella Resolución se acordó suspender la tramitación del expediente hasta que se conociera el resultado del proceso judicial, tras lo cual, se alzaría la suspensión y se proseguiría su tramitación hasta su resolución.

ninguna manera implica ni revisión, ni reexamen, ni mucho menos un juicio sustitutorio o suplementario de lo resuelto por la jurisdicción”.

La primera de las infracciones denunciadas por el demandante se centra en la acusación de vulnerar el artículo 2 del Código Deontológico de la FAPE: “El primer compromiso del periodista es el respeto a la verdad”. Para la ponencia, el titular “Chuletones, salchichas y embutidos que ‘matan’ es ciertamente impactante por su contenido y por su presentación. No se trata sólo de llamar la atención por parte del periodista y del medio, sino de anunciar o sintetizar lo más principal de los contenidos del artículo. Además, la utilización del verbo “matar” en un titular presenta con rotundidad y sin matices la atribución a algo o a alguien del protagonismo o actividad conducente a *quitar la vida a otro u otros*, tal como lo define la RAE. Por tanto, a juicio del ponente, el titular “infringe el art. 2 del Código Deontológico, faltando al compromiso del periodismo con la verdad”.

Sobre las demás infracciones denunciadas por ANICE (art. 13.a, 13.b y 13.c del Código Deontológico) se refieren todas ellas a deberes relacionados con el derecho de rectificación (obligación de “contrastar”, de “corregir errores” o de “facilitar réplicas”) y que como ha quedado dicho han sido objeto de un proceso judicial específico terminado ya por Sentencia firme. “Por ello, no se considera pertinente entrar en estas restantes argumentaciones de ANICE”.

Una vez vistos los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología considera que:

- 1.- La denunciada infracción que se imputa al diario *La Razón* del deber de contrastar la información (art. 13.a) ha quedado reparada en el ámbito jurisdiccional por los Tribunales, sin que la Comisión de Quejas sea ya competente para pronunciarse sobre la misma.
- 2.- El titular que rotula el artículo que motiva esta queja (“Chuletones, salchichas y embutidos que ‘matan’”) constituye una infracción

deontológica por **vulneración del art. 2** del Código Deontológico respecto del compromiso ético del periodista con la verdad.

- **Resolución 2013/75 (6 de Noviembre)** *Sobre el derecho a informar de forma gráfica sobre una catástrofe siempre que se trate de una información veraz y no se produzca una intromisión gratuita en los derechos de los afectados.*

D. Luís Menéndez Villalba, Presidente de la Asociación de la Prensa de Santiago de Compostela, solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a *La Voz de Galicia* por la publicación en la portada del 25 de julio de 2013 de una fotografía sobre el accidente ferroviario en las inmediaciones de Santiago de Compostela.

Acuerdo: Desestimatorio por no vulnerarse el Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Lo que analiza la presente Resolución es si la fotografía portada de *La Voz de Galicia* sobre la catástrofe ferroviaria puede contrariar el principio de obligado respeto a la intimidad y propia imagen de las víctimas que aparecen en la instantánea. Para la Comisión, la información gráfica que aparece publicada, “por su propia naturaleza, constituye una desnuda narración del trágico suceso” y la presencia de víctimas en la misma “no ha sido utilizada ni con finalidad ni con resultado de descrédito, desprestigio o descalificación, ni es atentatoria a la dignidad de los afectados”. Es decir, que no se vulnera ningún precepto deontológico recogido en el Código. Lo curioso de esta demanda es que quien la presenta es la Asociación

de la Prensa de Santiago de Compostela, que entendía que la fotografía citada infringía concretamente el artículo 4 del Código Deontológico.

Extracto de la Resolución: Según se recoge en la Resolución, en las situaciones trágicas –y ésta lo es- se produce un impacto emocional colectivo que se refleja y expresa a través de los medios que de ello informan. Esa transmisión, informativa y opinativa, de las situaciones catastróficas pone a prueba, con toda intensidad, el deber de informar y el derecho a ser informado. Ante este tipo de situaciones, el primer elemento de contraste que debe ser analizado es el de la veracidad. En el supuesto presente, en el que el centro de la denuncia se fija sobre fotografías, “la veracidad no está puesta en duda”.

Sobre el artículo 4 del Código, al que se refiere la queja presentada, contiene unos parámetros de conducta que deben respetar los periodistas y los medios para que el precio de la libertad de informar no deban pagarlo aquellos que puedan encontrarse en situaciones de especial aflicción o indefensión a causa de lo publicado por los medios. Se trata, por tanto, de proteger a quienes no tengan capacidad de respuesta frente a la ineludible presencia de los medios, pero sin olvidar la necesidad de conciliar esa “protección de la intimidad y propia imagen”, de la que habla el citado artículo, con la libertad de informar y el derecho de los ciudadanos a ser informados.

La información que genera la queja, en tanto que es una imagen fotográfica, contiene la desnuda narración de los hechos que la propia imagen reproduce. Su impacto informativo, lo que cuenta y cómo lo cuenta, coincide con la realidad. Y aunque el pie de las fotos podría haber introducido elementos valorativos u opinativos que añadieran o quitaran algo de rotundidad de la imagen, “no hay tal cosa”.

Sobre el respeto a “la intimidad y propia imagen” que es el mandato ético que encabeza el precepto 4, se señala que la fotografía de las víctimas tal

como se hace en la portada de *La Voz de Galicia*, no comporta otra cosa que la constatación de la tragedia, y que la presencia de las víctimas humanas no hace más que subrayar el alcance de la catástrofe. Por tanto, la Comisión considera que la aparición de las víctimas no se utiliza, ni en la foto ni en el pie de la misma, con la finalidad de producir descrédito, desprestigio o descalificación, ni global ni individual, de los afectados. Lo que significa que no existe “ataque al bien jurídico esencialmente protegido”.

Sobre el otro aspecto del art. 4 de que “el tratamiento informativo de los asuntos no contengan intromisiones gratuitas y especulaciones innecesarias sobre los sentimientos y circunstancias de los afectados”, la inclusión de las víctimas en la imagen de la tragedia no es por sí misma una intromisión gratuita. El dolor y la aflicción son consecuencia directa del accidente y ni se agrava ni se resalta más allá de la misma constatación de la existencia de víctimas mortales. Y al no resaltar la identidad de las víctimas ni ahondar en aspectos personales, la subjetividad de éstas (dignidad, intimidad, imagen) “no sufre especial sacrificio que pudiera merecer un reproche al amparo del párrafo inicial y los apartados a) y b) del artículo 4”. Tampoco se aprecia que sea aplicable al caso del apartado c) porque éste se refiere a “cuando se trate de personas ingresadas en Centros hospitalarios”.

Y en cuanto a lo que concierne al apartado d) del citado artículo, sobre la especial atención que ha de prestarse al “tratamiento de asuntos que afecten a la infancia y a la juventud y se respetará el derecho a la intimidad de los menores”, sobre la otra fotografía también aportada que presenta a un bombero de servicio en el lugar de la tragedia con una niña en brazos, la Comisión considera que “no comporta ninguna lesión del principio de protección a la infancia”, puesto que se trata de una imagen donde se resalta la ardua y difícil tarea de quienes actuaron en el infausto suceso para paliar sus efectos y auxiliar a las víctimas. Y ése es el mensaje que se percibe en la

fotografía, sin que la imagen de la niña auxiliada que aparece en los brazos del bombero implique tensión alguna con la exigible protección de la infancia.

Por ello, Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología acuerda declarar que con la publicación de la fotografía de portada del diario *La Voz de Galicia* de 25 de julio de 2013 **no se ha incurrido en infracción deontológica** ni incumplimiento del artículo 4 del Código Deontológico de la FAPE.

- **Resolución 2013/76 (6 de Noviembre)** *Sobre vulneración del compromiso del periodista con la verdad, y con el deber de contrastar las informaciones con fuentes solventes, en que pudiera haber incurrido José L. Lobo, redactor de El Confidencial en su crónica del 7 de octubre sobre la presencia del Rey de España en la Cumbre Iberoamericana de Panamá.*

El Jefe de la Casa de S.M. el Rey solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al periodista José L. Lobo por su crónica publicada en *El Confidencial* el 7 de octubre de 2013 bajo el título “El Rey se empeña en ir a Panamá contra el criterio del gobierno y de los médicos”.

Acuerdo: Estimatorio por vulnerar los artículos 2, 13.a, 13.b y 13.c del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Dos cuestiones importantes trata la presente Resolución. Una, es la utilización de las fuentes anónimas para fundamentar la información; y la otra, la legitimación de la Comisión sobre los medios no adheridos a su arbitraje. Sobre la primera, la Comisión, pero también todos los manuales de periodismo, destacan que las noticias no pueden fundamentarse

sobre fuentes anónimas exclusivamente. “Lo normal es que el lector sepa quién es la fuente y por qué fue consultada”, nos vendrá a decir la Resolución utilizando una cita de Javier Darío Restrepo; porque, tal como dice el Manual de la BBC (citado también en el texto), “cuando se trata de elaborar una información, disponer de una fuente anónima es como no tener ninguna fuente... Este tipo de fuentes sólo ofrece indicios o pistas para investigar un asunto” pero no son para apoyar toda la noticia completa. En el caso de la presente Resolución, la información motivo de la queja se sustenta exclusivamente en fuentes anónimas, además de no reflejar el menor intento de contrastarlas con las personas e instituciones a las que se refiere. Respecto a la segunda cuestión, es competencia de la Comisión velar por el cumplimiento ético de la actividad periodística, así como analizar las quejas de quienes se sienten afectados por dicha actividad. Con ello, la Comisión no hace más que contribuir al prestigio y la credibilidad del periodismo, partiendo de que los deberes jurídicos y los deberes deontológicos son complementarios. Por tanto, los medios no adheridos al arbitraje de la Comisión y a su Código, podrán no asumir el compromiso de publicar sus resoluciones, pero en modo alguno podrán evitar que la Comisión se interese y resuelva las denuncias que puedan afectarles.

Extracto de la Resolución: Los hechos que se denuncian es una información publicada en el digital *El Confidencial* a las 8 de la mañana del 7 de octubre de 2013, firmada por José L. Lobo. En la misma, se sostiene que el Rey, contra la opinión del Gobierno y de su médico, “está empeñado en viajar la próxima semana a Panamá para asistir a la cumbre Iberoamericana”, con el propósito de “enviar a la opinión pública el mensaje de que, a pesar de sus achaques y sus continuas visitas al quirófano, ‘no está acabado’, y sobre todo, para “zanjar de una vez por todas el debate sobre la abdicación”, y para ello

habría utilizado la amistad personal del director del CNI para convencer al Gobierno de la conveniencia del viaje.

Para el demandante, esta información contiene hasta cinco afirmaciones falsas: 1) es falso que el Rey se empeñe en ir a la Cumbre Iberoamericana de Panamá; 2) es falso que el Jefe de la Casa de S.M. el Rey haya informado al gobierno de este supuesto empeño, 3) es falso que desde el Gobierno “hayan expresado su consternación” ante un hecho que no se ha producido, 4) es falso que el doctor Cabanela haya “puesto el grito en el cielo” ante un empeño que no existe, 5) y es falso que el director del CNI haya “tratado de persuadir en los últimos días al Gobierno para que permitan al Rey viajar a Panamá”.

Según el ponente, la noticia, que comienza de la siguiente manera: *“Es una auténtica locura”. El gobierno, los médicos y hasta el propio Jefe de la Casa del Rey, Rafael Spottorno, se han llevado las manos a la cabeza,* contiene hasta siete entrecomillados sin atribución de fuentes, y sólo en dos ocasiones se atribuyen las palabras pronunciadas por el doctor Cabanela extraídas de la conferencia de prensa del 24 de septiembre (difundida por todos los medios) tras la intervención quirúrgica del Rey. En el resto de entrecomillados no se incluye referencia alguna de fuente, más allá de “cercanía a la Zarzuela”, que posteriormente reconoce como “fuentes no oficiales”.

La información contenida en la noticia -precisa el ponente- debería ofrecer consistencia para gozar de credibilidad y cumplir los requisitos conocidos de verificación. Porque, a pesar de no ser imprescindible identificar las fuentes, “la buena práctica profesional requiere, al menos, una razonable señalización de las mismas que sustenten su credibilidad y acredite que hubo verificación y búsqueda diligente de la verdad”. Además, calificativos referidos al Rey y al Gobierno, como: “locura”, “no está acabado”, “descolocado”, “consternación”, “disparatada idea”, requieren de anclajes más sólidos que los que se acreditan en el texto. Esta Comisión, en distintas resoluciones, ha señalado como criterio de buena práctica del

periodismo que la información debe incorporar elementos de certeza más allá de la fiabilidad o proximidad de las fuentes.

El requisito de veracidad deberá entenderse cumplido cuando el periodista haya realizado una labor de averiguación de los hechos ejecutada con la diligencia exigible a un profesional. Sin embargo, en el caso denunciado, a pesar de que la diligencia debería haber sido máxima, “nadie se tomó la molestia de contrastar la noticia con la Casa del Rey, según señala el portavoz de la misma”. Y el argumento esgrimido por el medio de que “no confiamos en la información que procede de la Casa del Rey porque para nosotros su credibilidad está bajo mínimos”, no exime del deber de verificación y contraste antes de publicar la información. Es más, la noticia “no se refleja el menor intento de contrastar la información y sus entrecomillados, con las personas e instituciones a las que se refiere”. Tuvo que ser la Casa del Rey quien se puso en contacto con el periódico para desmentir las afirmaciones publicadas horas antes, lo cual llevó al medio a sustituir el titular y las primeras líneas del cuerpo de la noticia. Cambios que no son menores, porque, a juicio del ponente, se trata “de una rectificación profunda de tono y de alcance, asumida por el propio diario que en la segunda crónica [publicada a las 14.30 horas del mismo día] incluye entrecomillados de la Casa Real como añadidos y también como rectificación aceptada de lo publicado”.

Vistos los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología considera que la noticia publicada en *El Confidencial* el día 7 de octubre de 2013 a las 8.00 horas con el título “El Rey se empeña en ir a Panamá contra el criterio del gobierno y de los médicos” **vulnera los artículos del Código Deontológico nº 2** (compromiso de búsqueda de la verdad), **nº 13.a** (contrastar las fuentes y dar oportunidad al afectado a dar su propia versión de los hechos), **nº 13.c** (facilitar la adecuada oportunidad de replicar las inexactitudes) **y nº 13.b** (advertida la difusión de material engañoso

o deformado corregir el error con rapidez y con el mismo despliegue) puesto que la mayor parte del texto publicado en sus posteriores ediciones se mantuvo sin rectificar informaciones insuficientemente verificadas y omitió la recomendación de disculparse.

- **Resolución 2013/77 (6 de Noviembre)** *Sobre la obligación de facilitar a las personas afectadas por el contenido de un texto informativo, la oportunidad de replicar a las inexactitudes difundidas por la publicación de dicha pieza periodística.*

D. Máximo Durán Abad solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al director del periódico *Hoy-Diario de Extremadura*, Ángel Ortiz Dávila por negarse a publicar un texto aclaratorio sobre el reportaje titulado “El periodismo cede ante los gabinetes” publicado el 14 de abril de 2013.

Acuerdo: Estimatorio por vulnerar el artículo 13.c del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: La queja que se formula en la presente Resolución viene motivada por la negativa del director del periódico a publicar un texto de réplica sobre unas declaraciones recogidas en un reportaje informativo. Si bien es cierto que legalmente “el director tiene el derecho de veto sobre el contenido de todos los originales del periódico”²⁹⁷, no es menos cierto que, desde el punto de vista ético, el director está obligado a lo que determina el

²⁹⁷ Según lo dispuesto en el artículo 37 de la Ley 14/1966, de 18 de marzo, de Prensa e Imprenta, actualmente en vigor.

artículo 13.c del Código Deontológico de la FAPE, respecto a facilitar la réplica de los afectados sobre aquellos datos que consideren inexactos.

Extracto de la Resolución: El reportaje que se cita trata sobre el aumento de la influencia de los gabinetes de prensa en los medios de comunicación. En él aparecen unas declaraciones del demandante que, a su juicio, no se recogieron con el mismo enfoque en que las dijo y así se lo hizo saber al redactor del texto a quien le pidió que publicase una aclaración sobre las mismas. Días después, al no obtener respuesta de su petición, remitió un correo al director del medio para advertirle de que “las declaraciones que se me atribuyen en el citado reportaje no fueron exactamente así, y por lo tanto, han sido muy mal interpretadas entre nuestro colectivo profesional, máxime cuando yo trabajo en un gabinete de prensa desde hace quince años”. La respuesta del director fue negarse a publicar dicha aclaración ya que “la información publicada era impecable” y, por el contrario, si publicaba el escrito remitido por el demandante podría parecer que “el redactor no hizo bien su trabajo y Juan López (el redactor) hizo correctamente su trabajo”.

Para el ponente, aunque el director, desde el punto de vista jurídico, actuó de forma correcta al rechazar el escrito que le hizo llegar el señor Durán Abad, ateniéndose a lo dispuesto en el artículo 37 de la Ley de Prensa e Imprenta, de 18 de marzo de 1966, declarado vigente en varias ocasiones por el Tribunal Constitucional, no lo hizo desde el ámbito deontológico, puesto que el artículo 13, apartado c, del Código Deontológico de la FAPE, determina que “el máximo responsable de una publicación debe facilitar a los afectados la adecuada oportunidad de replicar a las inexactitudes difundidas por el medio que dirige”. Además, en el escrito enviado por el demandante al director del periódico *Hoy-Diario de Extremadura*, el señor Durán Adad no descalifica en ningún momento el trabajo efectuado por el reportero, sino que

se limita a puntualizar cuál es realmente su opinión acerca de un tema candente en el ámbito de la comunicación.

La ponencia “juzga de excesiva y desafortunada la reacción del director del diario al afirmar que publicar esa aclaración sería asumir que el periodista hizo mal su trabajo, cuando no es así”. En este caso concreto, el director del *Hoy-Diario de Extremadura* debería “haber autorizado la publicación del escrito remitido por el señor Durán Abad para atender así el deber profesional de facilitarle la adecuada oportunidad de precisar ciertos aspectos polémicos relacionados con las declaraciones difundidas por su periódico”.

En consecuencia, vista los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología declara que el director del diario *Hoy-Diario de Extremadura* **no cumplió con el deber profesional indicado en el artículo 13.c del Código** Deontológico de la FAPE, que le obligaba a facilitar a D. Máximo Durán Abad la adecuada oportunidad de replicar en dicho diario a las inexactitudes difundidas en el reportaje “El periodismo cede ante los gabinetes”.

- **Resolución 2013/78 (6 de Noviembre)** *Sobre el respeto del derecho a la intimidad de los menores.*

D. Antonio Manfredi, Decano del Colegio de Periodistas de Andalucía, solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al diario *Ideal de Granada* sobre una fotografía publicada en la portada del 19 de septiembre de 2013 en la que aparece la imagen de un menor atropellado por un vehículo.

Acuerdo: Estimatorio por infringir el artículo 4 del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: A veces los recursos utilizados por los medios para llamar la atención de las audiencias sobrepasan los límites éticos de la actividad periodística. Ese es el caso de la presente Resolución, donde la portada del periódico el *Ideal de Granada* recoge la imagen de un menor bajo las ruedas de un vehículo tras ser atropellado. Una foto que, a juicio de la Comisión, atenta al derecho a la intimidad de una persona en un momento de gran vulnerabilidad, con el agravante de que se trata de un menor de edad. Por otra parte, es significativo que quien presente la demanda sea el joven Colegio de Periodistas de Andalucía, un claro síntoma de que los órganos de autocontrol de la profesión periodística están vivos y atentos.

Extracto de la Resolución: El caso denunciado hace referencia a una fotografía publicada en portada, en la que se aprecia el cuerpo de un menor bajo las ruedas de un vehículo tras ser atropellado. Tras el breve titular: “Grave tras ser arrollado en la N-340”, que no aporta mayores elementos informativos, aparece un breve subtítulo que indica: “Un menor fue atropellado por un vehículo cuando intentaba cruzar la carretera, cerca de Motril” y un pie de foto que dice: “el joven fue trasladado al hospital de Motril, donde permanece en estado grave”.

Para el solicitante, la imagen supone un grave deterioro para la figura de ese menor, cuya integridad personal ha sido agravada aún más publicando su fotografía momentos después del atropello. Se trata, a su juicio, “de una imagen de fuerte impacto que no añade más carga informativa a la noticia y va determinada a la obtención de mayores ventas por el impacto de la citada imagen”.

Para el ponente, el amplio tamaño del documento gráfico contrasta con la parca y casi nula información sobre las circunstancias del accidente, por lo que la noticia no se centra en los problemas de seguridad vial de la zona, tal como argumenta el director del medio en sus alegaciones, sino más bien en los

efectos trágicos y gráficos de un accidente del que se ofrece la imagen espeluznante de un menor bajo las ruedas de un vehículo. Es este caso, es preciso ponderar entre dos derechos fundamentales: el derecho de los ciudadanos a recibir información y el derecho a la intimidad de las personas afectadas por la noticia.

En la ponencia se significa que en relación con la posible violación de su derecho a la imagen de atropellado, “ésta no se produce en sentido estricto”, pues el rostro del menor permanece debajo del vehículo, detrás de la rueda trasera, por lo que no se le puede reconocer. Sin embargo, podría llegar a serlo para personas próximas de su entorno por la mostración de la casi totalidad de su cuerpo, su indumentaria deportiva o el monopatín que se aprecia a su lado. Por otro lado, el hecho de que este episodio tuviese como protagonista a un menor “debería haberse intensificado la protección de sus derechos y, por tanto, haberle concedido el beneficio de la duda a la tutela de su intimidad frente a la publicación de un episodio trágico”.

En otro orden de cosas, el ponente destaca que la falta de información complementaria sobre este episodio privilegia el impacto sensacionalista de la imagen sobre unas explicaciones mínimas que permitiesen entender a qué responde dicha fotografía. “Esta descontextualización parece alejarse de una intención honesta de denunciar un asunto de interés público como puede ser un problema de seguridad vial, pues no se explica en ningún momento su relación. Más bien, el periódico aprovecha dicho argumento para justificar, como una foto denuncia, lo que es una imagen sensacionalista que viola la intimidad de un menor en unas circunstancias de especial vulnerabilidad y dolor”. Y es que la noticia se reduce prácticamente a la fotografía, concediéndole un protagonismo desmesurado y casi único a la escena del menor atropellado.

En consecuencia, vista los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología resuelve que la fotografía publicada en la

portada del *Ideal de Granada* el 19 de septiembre de 2013, **infringe el artículo 4 del Código** Deontológico de la FAPE, pues constituye una intromisión en la intimidad del menor al publicar un episodio de especial vulnerabilidad para él y de dolor para sus familiares. De igual modo, no se han demostrado motivos excepcionales de carácter informativo que podrían superar ese derecho a la intimidad que ha de respetar el profesional de la información y los medios.

- **Resolución 2013/79 (12 de Diciembre)**²⁹⁸ *Sobre vulneración del derecho del periodista al secreto profesional como garantía de la confidencialidad de las fuentes de información.*

D^a Lorena Sanz Sáez, exdirectora del programa “Mallorca en la Onda”, solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a D. Juan Carlos Enrique Forcada, director de Onda Cero en las Islas Baleares, por las presiones y amenazas ejercidas contra la periodista para que revelara sus fuentes de información.

Acuerdo: Estimatorio por vulnerar el artículo 10 del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Es la primera vez que se trae a la Comisión un caso como éste, en el que el director del medio presionó y amenazó a una periodista para que le revelara sus fuentes de información en relación a una inminente remodelación del gobierno balear. Represalias laborales que se materializaron al mes siguiente. Sin entrar en si hubo o no acoso laboral,

²⁹⁸ Existe un baile de fechas con esta Resolución, datada el 12 de diciembre. A partir de la siguiente, todas las de 2013, vuelven a tener fecha de 6 de noviembre.

difícilmente comprobable por la Comisión a tenor de las pruebas aportadas, lo importante para este órgano de autocontrol es la defensa radical del derecho de los periodistas a guardar la confidencialidad de sus fuentes, no sólo ante la presión externa, sino también por encima de cuantas presiones pueda ejercer la dirección de un medio o de la empresa. Si la confianza entre la fuente y el periodista se basa en la confidencialidad y en no revelar la identidad de la misma cuando así se solicita, si ésta se rompe (ya lo hemos dicho en otras Resoluciones) la institución de las fuentes de información, vital para el buen ejercicio informativo, dejará de tener la eficacia para la que fue creada. Y, en consecuencia, dejará de ser un instrumento de valor con el que conseguir llegar a aquella información que se pretende ocultar.

Extracto de la Resolución: Los hechos que la solicitante denuncia se iniciaron el 1 de mayo de 2013, cuando la periodista Lorena Sanz tuvo conocimiento de que al día siguiente se iba a producir una profunda remodelación del Gobierno autonómico de Baleares, cosa que efectivamente se produjo. Ese mismo día se lo comunicó telefónicamente a su director Juan Carlos Enrique, quien le preguntó quién se lo había dicho. Ante la negativa de ésta a revelar sus fuentes fue citada a una reunión a primera hora del día siguiente en el despacho del director. En la misma, tras una acalorada discusión por negarse a revelar sus fuentes, Juan Carlos Enrique le dijo a Lorena Sanz que había perdido la confianza en ella y le amenazó con realizar cambios si no le daba la identidad de sus fuentes. El lunes 6 de mayo, la periodista quedó relegada como responsable de los programas radiofónicos “Mallorca en la Onda”, que conducía desde hacía cuatro años, y de “Gente viajera Baleares”, que lo venía haciendo desde hace dos. El 3 de julio, la responsable de Relaciones Laborales de Onda Cero le comunicó a Lorena Sanz que quedaba definitivamente apartada de la dirección de los dos programas citados.

Por su parte, el director de Onda Cero Baleares destacó en su escrito de alegaciones que “es la primera vez, en 15 años como director de emisoras de radio, que un redactor le ocultaba sus fuentes; que el principio de confidencialidad siempre ha sido de puertas afuera, pero no de puertas adentro”. Además, niega que haya existido represalia alguna contra la Sra. Lorena Sanz a raíz de la discusión del día 2 de mayo, sino que “se trató de una simple remodelación del organigrama de la emisora, ya previsto con anterioridad, dado los malos resultados del programa local “Mallorca en la Onda” desde octubre de 2012”.

Para la ponencia, el hecho de que el director de Onda Cero Baleares recurra al Convenio de la emisora para argumentar que “la confidencialidad de las fuentes opera de puertas afuera y nunca de puertas adentro” en referencia a la lealtad entre periodista y director, choca con lo que dice el artículo 10 del Código Deontológico²⁹⁹ que es claro al defender el secreto profesional y la confidencialidad de las fuentes como un derecho y un deber del periodista “que no admite ningún tipo de regulación interna por parte de las empresas”. Por otra parte, aunque es cierto que la responsabilidad de una información del calado de la remodelación casi total del Gobierno balear precisaba contrastar la información antes de emitirla, el director de Onda Cero Baleares, aún no sabiendo la fuente de la periodista, podía haber realizado las gestiones oportunas para contrastar dicha información y no lo hizo. Lo que en ningún caso podía exigir a su redactora era “que le revelara sus fuentes de información”.

Lo importante para esta Comisión de Quejas, independientemente de que pudieran existir otras responsabilidades de difícil comprobación, es hacer

²⁹⁹ El artículo 10 del Código Deontológico dice: “El secreto profesional es un derecho del periodista, a la vez que un deber que garantiza la confidencialidad de las fuentes de información. Por tanto, el periodista garantizará el derecho de sus fuentes informativas a permanecer en el anonimato, si así ha sido solicitado. No obstante, tal deber profesional podrá ceder excepcionalmente en el supuesto de que conste fehacientemente que la fuente ha falseado de manera consciente la información o cuando el revelar la fuente sea el único medio para evitar un daño grave e inminente a las personas”.

una defensa radical del derecho del periodista a guardar la confidencialidad de sus fuentes de información, por encima de cuantas presiones pueda recibir por parte de la dirección de un medio o de su empresa. Y en este caso, parece indudable que D^a Lorena Sanz fue presionada por su director para que le revelara sus fuentes quien, además, incomprensiblemente, se escuda en que el secreto profesional sólo se aplica “de puertas para afuera y no de puertas para adentro”.

Visto los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología resuelve que el director de la emisora Onda Cero Baleares, D. Juan Carlos Enrique Forcada, **vulneró el artículo 10 del Código Deontológico** que dice: “El secreto profesional es un derecho del periodista, a la vez que un deber que garantiza la confidencialidad de las fuentes de información”. También se indica que las amenazas de represalias laborales se materializaron a lo largo del mes siguiente a los hechos.

- **Resolución 2013/80 (6 de Noviembre)** *Sobre el derecho de rectificación o de réplica y su aplicación sobre hechos informativos y no sobre opiniones.*

D. Josep Soler Casanellas solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a *El País-Catalunya* por no atender la petición de publicar un artículo de réplica.

Acuerdo: Desestimatorio por no existir vulneración del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Estamos ante una queja en la que se denuncia a un medio por no atender la solicitud de un afectado de publicar un artículo de réplica. Sin embargo, en esta ocasión, la rectificación no es contra una noticia, sino contra una crítica sobre una exposición de arte. En estos casos, tal como señala la Comisión, como de lo que se trata es de un texto periodístico encuadrado dentro de los denominados de opinión, los medios no están obligados a aceptar rectificaciones sobre este tipo de artículos. No obstante, ante las reiteradas peticiones del afectado ante el medio sin recibir respuesta, la Resolución también “echa de menos una respuesta concreta de *Quaderns* (suplemento de *El País-Catalunya* donde se publicó el artículo) explicando al señor Soler por qué no recogen sus cartas de rectificación”.

Extracto de la Resolución: El solicitante denuncia haberse puesto en contacto en varias ocasiones con *El País-Catalunya*, tanto a través de su defensor del lector, como del suplemento cultural *Quaderns*, para solicitar la publicación de un artículo de respuesta a otro publicado en ese suplemento el 12 de septiembre de 2013. Dado que no ha obtenido contestación, solicita la intermediación de esta Comisión para que tramiten el oportuno expediente deontológico antes de llegar a vía judicial.

Los hechos de los que parte la denuncia es una crítica sobre una exposición de arte chino coordinada por el demandante, publicada en el suplemento cultural *Quaderns* de *El País-Catalunya*, que a su juicio “está llena de falsedades”. El artículo, cuya réplica pretende el señor Soler Casanellas, califica la exposición de “desaconsejable no por mediocre sino por su opacidad (...) [pues] esta exposición reúne parte de los fondos del *Chengdu MOCA*, museo privado impulsado por la *Chengdu HT Industrial Investmen Group* (...) y cuya finalidad en esta exposición es ganar una importante plataforma de visibilidad en Europa”. El artículo concluye con una pregunta al Conseller de Cultura catalán, al que acusa de avalar la exposición: “¿Es lícito utilizar los espacios

públicos como plataforma de blanqueo de imagen de las empresas? Y si lo son, ¿No son los directores de estos centros los que han de informar y justificar la procedencia de las obras?”.

Por su parte, una vez analizados los documentos aportados, el ponente considera que lo que pretende el Sr. Soler Casanellas es ejercer el derecho de réplica contra una crítica de una exposición de la que él era el coordinador general, tal como acredita en las cartas enviadas al medio. No obstante, a pesar de comprender que la crítica del artículo sobre la exposición haya disgustado al demandante, “los medios de comunicación no están obligados a aceptar rectificaciones sobre temas de opinión, como es una crítica artística, plenamente subjetiva”. Sin embargo, “echamos de menos una respuesta concreta de Quaderns explicando al Sr. Soler por qué no recogen sus cartas de rectificación”.

Según el ponente, la crítica a una exposición de arte ha de ser aceptada, tanto por los comisarios como por los propios artistas, al margen de la calidad de quien la firme. El respaldo a la exposición pertenece, en definitiva, al público, del que el periódico juega el papel de mero orientador. Por lo tanto, no estamos ante una ocasión que conlleve el Derecho de Rectificación o de Réplica tal como lo entiende el Código Deontológico de la FAPE (art. 13.c) y la Ley Orgánica de 2/1984, de 26 de marzo, reguladora del derecho de rectificación.

Vista los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología declara que **la demanda planteada** por el Sr. Soler Casanellas **no puede ser aceptada**.

- **Resolución 2013/81 (6 de Noviembre)** *Sobre el compromiso ético del periodista de respeto a la verdad, la obligación de evitar expresiones o testimonios vejatorios o lesivos y el deber de contrastar las fuentes y dar la oportunidad a la persona afectada de ofrecer su propia versión de los hechos.*

D. José de la Cavada Hoyo solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al periódico digital *El Economista* por la publicación el 17 de junio de 2013 de dos noticias atribuidas a su persona sobre absentismo y acoso laboral.

Acuerdo: Estimatorio por vulnerar los artículos 2, 7.c y 13.a del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Estamos ante un grave supuesto en el que se vulneran varios preceptos como consecuencia de la elaboración de dos noticias sin el rigor y la claridad que debe tener todo texto informativo. En primer lugar, el periodista monta una noticia sobre absentismo laboral en la que atribuye citas directas a una persona a partir de frases y expresiones cortadas y sacadas de contexto, lo que origina una distorsión del sentido real del contenido. Y, a partir de esa noticia, desgaja otra sobre acoso laboral en la que ofrece unos datos totalmente equivocados sobre la misma persona. En ambas informaciones ni se contrastan las fuentes ni se le da la posibilidad al afectado para que pueda dar su versión de los hechos. Hechos como éste, además de constituir una infracción deontológica por mala praxis, puede originar un perjuicio grave al afectado al crear una imagen y opinión negativa en su entorno laboral y social.

Extracto de la Resolución: La información denunciada son dos piezas informativas independientes pero que tienen como nexo a la misma persona: José de la Cavada, secretario de relaciones laborales de la CEOE. La primera, lleva como titular: “CEOE critica las bajas de cuatro días por muerte de un familiar: *Los viajes no son en diligencia*”, y el texto está acompañado de una fotografía con el pie de foto: “José de la Cavada, secretario de relaciones laborales de CEOE”. El contenido de la noticia hace referencia a la intervención del señor de la Cavada en la clausura del II Informe ADECCO sobre absentismo laboral. En ella se le atribuye a de la Cavada varias declaraciones y expresiones sobre la crítica a la que se refiere el titular: “El Estatuto de los trabajadores se hizo pensando que los viajes se hacen en diligencia, pues se dan cuatro días por un permiso de defunción que, evidentemente, con los vehículos que hay ahora se trata de horas de desplazamiento o a veces de una hora”; “hay parte de la legislación laboral que es copia, en este caso, de la legislación del franquismo”; “el servicio de la Seguridad Social no hace ningún seguimiento de lo que el absentismo cuesta a las empresas. El que paga es el que corre el riesgo”. En la segunda noticia, bajo el mismo titular que la anterior, se introduce un *link* que indica: “Multa de 25.000 euros a José de la Cavada por acoso laboral” (esta pieza no tiene nada que ver con la anterior, salvo que se trata de la misma persona).

Para el demandante, las afirmaciones que se le atribuyen no son ciertas, tanto las referidas al absentismo como al acoso laboral, pues “han sido publicadas y utilizadas por terceros, sin contrastar la fuente y sin darme la oportunidad como persona afectada de dar mi propia versión de los hechos”. Indica que, a pesar de haberse dirigido al medio digital solicitando su versión personal de los hechos, no ha recibido contestación. Según el afectado, en la noticia del absentismo laboral “únicamente recoge parte de mi intervención, silenciando otras y sin conexión con matices aclaratorios que dan sentido a

mis afirmaciones en unas frases fuera de contexto, distorsionando el contenido real y completo de mi intervención”.

Respecto a la noticia sobre el acoso laboral, señala que toda esta cuestión “sólo puede entenderse en relación a una demanda judicial presentada por cuestiones personales no solamente contra mí sino también contra la CEOE, al optar la demandante al mismo cargo que yo” En relación con este tema, la Sentencia 744-2012, de 24 de octubre de 2012, “desestima el recurso de la demandante”, y respecto a la sanción que se cita, se señala “que fue una propuesta de sanción a la CEOE y no a José de la Cavada, ya que yo ni siquiera era inicialmente parte en el procedimiento, como refleja la sentencia”.

Una vez analizados los documentos aportados por el demandante (*El Economista* no presentó escrito de alegaciones), el ponente considera que la cuestión a dilucidar no es tanto la exactitud de las frases concretas que se explicitan atribuidas al demandante, sino si éstas reflejan por sí solas el contenido y el sentido de la intervención en su conjunto del señor de la Cavada sobre el tema. Partiendo de esta base, lo cierto es que el demandado no atendió la legítima petición de contraste de las fuentes y la versión de la información solicitada, por lo que cabe la duda razonable de que la información no sea veraz y que ésta se obtuviera silenciando cuestiones que podrían haber sido completadas y aclaradas o rectificadas por el reclamante. En este sentido, se puede considerar que el demandado ha vulnerado el artículo 13.a del Código Deontológico que exige: “fundamentar las informaciones que se difundan, lo que incluye el deber de contrastar las fuentes y el de dar oportunidad a la persona afectada de ofrecer su propia versión de los hechos”. En consecuencia, las informaciones publicadas no aseguran veracidad, ya que de acuerdo con la propia doctrina de la Comisión de Quejas y Deontología la veracidad exige verificación, comprobación o contraste de lo publicado, por lo cual, debe considerarse que también se ha

vulnerado el artículo 2 del Código que indica: “el primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad”.

Sobre la siguiente noticia en la que se afirma “Multa de 25.000 euros a José de la Cavada por acoso laboral”, según la sentencia 744-2012, de 24 de octubre, del Tribunal Superior de Justicia de Madrid, aportada por el interesado, es un litigio en el que la demandante optaba al mismo puesto laboral que el señor de la Cavada. La sentencia excluye explícitamente al señor de la Cavada de la acusación personal de acoso laboral, indicando “que los comportamientos descritos no tienen la suficiente gravedad para considerar que constituyen acoso laboral”. Por tanto, esta información vulnera también la veracidad exigida en el artículo 2 antes citado. Si se hubiese atendido la petición de contraste solicitada de acuerdo con lo exigido por el art. 13.a, se podría haber evitado la información no veraz. Además, tampoco es veraz la multa de 25.000€ al demandante por acoso laboral, tal como le atribuye el periódico digital, ya que fue una propuesta de sanción a la CEOE y no a José de la Cavada, quien ni siquiera era parte inicial del procedimiento. La atribución personal de esta sanción puede suponer un testimonio vejatorio para la integridad moral del afectado tal como indica el artículo 7.c del Código Deontológico que dice: “se debe con carácter general evitar expresiones o testimonios vejatorios o lesivos para la condición personal de los individuos y su integridad física”.

Vistos los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología considera que las informaciones publicadas en *El Economista* el día 17 de junio de 2013, en relación a D. José de la Cavada sobre absentismo y acoso laboral, **han vulnerado los artículos 2, 7.c y 13.a** del Código Deontológico de la FAPE.

- **Resolución 2013/82 (6 de Noviembre)** *Sobre la obligación de respetar el derecho a la intimidad personal y familiar de una menor de edad, y de sus padres, y el deber de contrastar las fuentes y dar la oportunidad a la persona afectada de ofrecer su propia versión de los hechos.*

Don L. R. y Doña U. E.³⁰⁰ solicitan a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a Jon Clarke y a Wendy Williams, editor y redactora respectivamente del periódico británico *The Olive Press*, por la publicación del reportaje *“Maddie? Yes... but not the right one”* (“Maddie? Sí... pero no la buscada”) en el mes de mayo de 2012.

Acuerdo: Estimatorio por vulnerar los artículos 4 y 13 del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Es el primer caso en que la Comisión trata un asunto relacionado con un medio de comunicación extranjero. Sin embargo, el hecho de que los afectados (un matrimonio británico y su hija menor) residan en una localidad de la provincia de Málaga y que el periódico también publicara el reportaje por Internet, son motivos suficientes como para que la Comisión tramite y resuelva la queja presentada por los propios afectados. Estamos ante un caso de sensacionalismo extremo, donde no se respetan ni los cánones deontológicos ni los derechos de una menor. El reportaje pretende establecer la relación entre Madeleine McCann, la niña desaparecida hace unos años en El Algarbe portugués, y otra de la misma edad y algún parecido, cuyo nombre también es Madeleine, y residente en un pequeño pueblo de Málaga. Todo ello, sin más pruebas que el testimonio de un matrimonio británico, vecinos de la zona, que creyeron que podría tratarse de la misma niña. Además del

³⁰⁰ La Comisión ha decidido omitir los nombres de los denunciantes y de su hija menor, así como la localidad donde residen, a petición propia de los demandantes, con el fin de salvaguardar el derecho a la intimidad de la menor.

dolor causado a los padres de la afectada, quienes no autorizaron el reportaje, en el mismo aparecen fotografías y datos sobre el domicilio familiar y de la niña. Estamos, por tanto, en palabras de la propia Comisión, ante un reportaje escandaloso, un ejemplo de sensacionalismo irresponsable, charlatanería en estado puro, *gossip*, amarillismo siempre reprochable pero mucho más cuando se puede poner en peligro al sujeto pasivo de la información.

Extracto de la Resolución: Los hechos que se denuncian es un reportaje en el que se pretende establecer la relación entre la niña Madeleine McCann, desaparecida hace unos años en el sur de Portugal mientras se encontraba de vacaciones junto a su familia, con otra niña, de origen británico, más o menos de la misma edad, con algún parecido, y también llamada Madeleine, residente en un pequeño pueblo de la costa malagueña. El título del reportaje es “Maddie? Sí... pero no la buscada” y el subtítulo dice “¿Podría haber resuelto *Olive Press* (el nombre del periódico donde se publica) la conexión entre Axarquía y la desaparición de Madeleine McCann?”. En el mismo se indica que las pesquisas parten del testimonio de un matrimonio británico que, desde hace dos años, llevaban sospechando que una niña de la localidad **xxx** (se omite por decisión de los padres) de más o menos la misma edad y también llamada Madeleine podría ser Madeleine McCann. A pesar de haberlo puesto en conocimiento de la policía, y no obtener resultados, el matrimonio siguió creyendo que se trataba de la misma niña y por eso se pusieron en contacto con *The Olive Press* para contarles sus sospechas. En el reportaje se ofrecen también datos de la niña “malagueña”, de sus padres y del domicilio familiar (incluso se publican unas fotos de la fachada de la casa).

Para los padres, el hecho de que se publicara el artículo relacionando a su hija con la desaparecida en la zona portuguesa de El Algarbe (Axarquía), indicando su nombre completo, el de ellos, así como la foto de la casa donde residen, sobre todo porque se trata de un pueblo pequeño donde es fácil

reconocerlos, ha provocado que durante el verano apareciera “gente tomando fotos de nuestra casa”, lo que supone un riesgo muy grande para la menor puesto que “es muy fácil encontrar a mi hija y acceder a ella, lo que nos deja completamente desprotegidos”. Según indican en la demanda, a pesar de haberse opuesto a que aparecieran datos y referencias personales suyos y de su hija, la redactora no hizo caso y los publicó. Como tampoco hizo caso el editor del periódico, Jon Clarke, a la carta que le enviaron mostrando su disgusto por el reportaje, “la única respuesta de Mr. Clarke ha sido el borrador de un artículo en que nuevamente retomaba el tema de mi hija y que al final no ha publicado porque lo hemos denunciado”. Además, la propia policía de Inglaterra que lleva el caso de la desaparecida Madeleine les confirmó que ni la redactora Wendy Williams ni el editor Jon Clarke se pusieron en contacto con los investigadores del caso antes de publicar la historia.

Para el ponente, tras haber analizado los documentos aportados por el demandante y en concreto el artículo citado, “en el reportaje publicado en *The Olive Press* predominan sus elementos informativos y pretende ser ‘periodismo de investigación’ aunque ésta haya sido somera y elemental”. Por lo tanto, aunque no siempre resulta sencillo diferenciar entre artículos de opinión (protegidos por el derecho a la libertad de expresión) y de información (protegidos por el derecho a informar), en “éste no cabe la menor duda de que se está en presencia del segundo, que versa sobre hechos noticiables”. Sin embargo, el derecho a la información no es ilimitado, tiene sus límites constitucionales en el art. 20.4 de la C.E. (los que protegen la intimidad, el honor, la propia imagen y, especialmente, cuando se trata de la juventud y la infancia), también recogidos en el artículo 4 del Código Deontológico de la FAPE. Por otra parte, en caso de que la actividad periodística tuviera que recoger datos protegidos por estos derechos de la persona, y por tanto pudiese producirse una colisión ente estos derechos y el de informar (todos derechos fundamentales), la premisa mayor, tanto desde la perspectiva deontológica

como jurídica, es que exista interés general del asunto del que se informa y veracidad en los datos ofrecidos. Precisamente, en este caso concreto, ese interés general está ligado a la veracidad de los hechos en cuestión, “pues si hubiera una gran probabilidad de su exactitud sería en efecto relevante y beneficioso, pero si todo se queda en habladurías de corrala el resultado es contraproducente y perjudicial”.

Según la ponencia, en el reportaje analizado, la periodista ha actuado con notoria ligereza y ha montado un reportaje escandaloso con materiales muy endebles. El apoyo principal de la información es el testimonio de una pareja que, sin haber conocido personalmente a la niña desaparecida, encuentra en otra de la misma edad nada menos que “un misterioso y extraño parecido” (palabras textuales del reportaje). La coincidencia de circunstancias muy normales como son que se llame Madeleine (nombre por cierto bastante común), la edad y la nacionalidad inglesa, en una región española donde desde antiguo abundan los turistas de nacionalidad inglesa que incluso se convierten en residentes, y un cierto parecido, corriente en esta etapa de la vida, “no puede servir razonablemente para dar pábulo a la imaginación en un caso tan proclive a la sugestión colectiva como el del probable secuestro y asesinato de una niña inglesa en Portugal unos años antes”.

Pero además, “la sedicente periodista” no tomó precaución alguna para corroborar sus sospechas. No se puso en contacto con la policía española o británica, simplemente confeccionó el reportaje con los únicos testimonios de la pareja inglesa que dijo creer que la niña de Málaga fuera la misma que Madeleine McCann. La información publicada en *The Olive Press* “es un ejemplo de sensacionalismo irresponsable para atraer la atención del eventual lector. Su contenido es charlatanería en estado puro, *gossip* en el idioma en el cual se ha escrito y en el lenguaje periodístico “amarillismo”, siempre reprochable pero mucho más cuando se puede poner en peligro al sujeto pasivo de la información que irrumpe inesperadamente en el ámbito de la

intimidad de la menor, una niña de ocho años, sacándolo a la luz pública con perjuicio de su estabilidad emocional e incluso con riesgo para su integridad personal”.

Vistos los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología acuerda que Jon Clarke, editor de *The Olive Press* y Wendy Williams, autora del reportaje “*Maddie? Yes... but not the right one*” **han infringido los artículos 4 y 13** del Código Deontológico de la FAPE por no haber respetado el derecho a la intimidad personal y familiar de Madeleine A., menor de edad, y de sus padres, el señor L. A. y la señora R. E., ni haber cuidado de contrastar las fuentes de información, no dándoles además la oportunidad de ofrecer su propia versión sobre los hechos.

13.10. Resoluciones año 2014 (2014/83 a 2014/100)

- **Resolución 2014/83 (12 de Febrero)** *Sobre el deber de contrastar las fuentes de información, al no dar la oportunidad a la persona afectada de ofrecer su propia versión de los hechos.*

D^a Josefa María Mulet Salvador, psicóloga, solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al periodista D. Alfonso Padilla Fernández y al periódico *Levante* por la publicación del artículo “Una psicóloga trata 6 meses a un niño sin permiso de su madre, víctima de violencia de género” el 25 de octubre de 2013.

Acuerdo: Estimatorio por vulnerar los artículos 13.a (en el caso del periodista) y 13.c (en el caso del periódico) del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Es uno de los reincidentes casos en los que el periodista no contrasta las fuentes ni recoge la versión del afectado, y, además, el medio no le ofrece la oportunidad de réplica. Como consecuencia de ello, se produce una infracción deontológica tanto por el profesional como por el periódico.

Extracto de la Resolución: La información publicada por el diario *Levante* recoge la denuncia de una madre ante el Colegio Profesional de Psicólogos de Valencia contra una psicóloga por tratar profesionalmente a su hijo de siete años, sin su permiso y sin informarle ni del tratamiento ni de la evolución del menor. La noticia, firmada por el periodista demandado, añade que el padre, condenado por maltratar a la madre del niño, fue quien llevó por su cuenta al menor a la psicóloga y que ésta lo atendió sin permiso de la madre. Y concluye diciendo que el motivo de llevar a su hijo a la psicóloga era para valorar el estado de ánimo del pequeño cuando estaba con su madre, con la intención de citarlo como testigo en un juicio para que declarara en contra de ella. “La psicóloga se prestó a ese juego de parte”, finaliza el artículo.

Según la demandante, la noticia no fue contrastada suficientemente, afecta a su prestigio y reputación, además de no tener en cuenta su versión de los hechos a pesar de haberlo solicitado, tanto al periodista como al periódico, tras la publicación de la misma. La psicóloga niega que realizara al menor ninguna valoración con la intención de ir como testigo a un juicio, tal como afirma la madre, y añade que “ambos progenitores tenían la custodia compartida del hijo”, porque a pesar de que el marido fue condenado por lesiones leves a la madre, “la juez encargada del caso consideró que no representaba una amenaza para el hijo ni para su expareja”. También señala que el padre informó a su exmujer del contacto profesional con la psicóloga e incluso la invitó a participar en las sesiones.

La ponencia no entra a valorar el fondo de la noticia, denunciada ante el Colegio Profesional de Psicólogos de Valencia, sino en si el periodista incumplió alguno de los preceptos de actuación que exige el código profesional. A este respecto, el ponente indica que, aunque el periodista no está obligado a ser neutral en su actividad profesional, “al informar sólo desde el punto de vista de la madre, privó a la opinión pública del debido contraste de la noticia”. Y eso a pesar de que la psicóloga denunciada le ofreció su propia versión de los hechos, “versión que el periodista no recogió en su información, y tampoco lo hizo después ni siquiera como derecho de rectificación”.

En consecuencia, la demandante “tiene razón cuando denuncia la ausencia total de su versión de los hechos” en la información elaborada por el periodista, y la negativa del periódico a respetar su derecho de rectificación formalmente ejercido, “lo que vulnera los artículos 13.a y 13.c del Código Deontológico”.

A la vista de los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología, entiende que el periodista D. **Alfonso Padilla Fernández ha vulnerado el artículo 13.a**, referente al deber de contrastar las fuentes de la información y de dar la oportunidad a la persona afectada de ofrecer su propia versión de los hechos. **Y que el diario *Levante* vulneró el artículo 13.c** por no facilitar a los afectados la adecuada oportunidad de réplica.

- **Resolución 2014/84 (Febrero)**³⁰¹ *Sobre la vulneración del artículo 7 del Código Deontológico del Periodismo al titular una noticia con una expresión que contiene términos de orden misógino y xenófobo, vejatorios para la condición personal de los individuos.*

D^a María Rosa Meneses Aranda y D^a Francisca Díaz Caracuel solicitan a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al medio digital *Alerta Digital* por la publicación de la noticia titulada “Las moras de Melilla, más prolíficas que las ratas” el 14 de diciembre de 2010.

Acuerdo: Estimatorio por vulnerar el artículo 7 del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Sólo el titular de la noticia ya reviste un grave atentado deontológico por contener una clara expresión “misógina, xenófoba y vejatoria para la condición humana”. Pero, además, existe una doble intención malévola por parte del medio si tenemos en cuenta, como verifica la Comisión, que el titular no está relacionado con el contenido de la noticia, que trata de un informe publicado por la Consejería de Bienestar Social sobre el aumento de las familias numerosas en Melilla, sin especificar origen, raza o religión de las familias, con lo cual ni el periodista ni el medio pueden saber la tasa de natalidad específica del colectivo magrebí de la ciudad. Otra cuestión significativa es el hecho de que la Comisión haya aceptado la queja a pesar de que la noticia fue publicada el 14 de diciembre de 2010 y la solicitud tuvo entrada el 3 de octubre de 2013, es decir, supera con creces el tiempo transcurrido de dos meses que establece el artículo 9.2 de su nuevo

³⁰¹ En la Resolución no se indica el día del mes.

Reglamento aprobado en noviembre de 2013³⁰². Es posible que el asunto estuviera en vía judicial, con lo cual el plazo se aplica desde la fecha de la sentencia firme, o que la especial importancia de la infracción denunciada hubiera motivado a la Comisión aplicar generosamente el nuevo artículo 9.3³⁰³, incorporado para evitar aquellos casos que no podían tramitarse por falta de legitimidad del demandante. En cualquier caso, como en la Resolución analizada no se expresa ninguna razón al respecto, nos queda la duda de saber en qué se ha fundamentado la Comisión para admitir a trámite esta queja.

Extracto de la Resolución: La noticia a la que se hace referencia trata sobre un informe publicado por la Consejería de Bienestar Social sobre el aumento de las familias numerosas en Melilla y las ayudas que éstas pueden solicitar al gobierno autónomo. Sin embargo, en el mismo no se especifica el origen, raza o religión de las familias, circunstancia que sería contraria al principio de igualdad de los españoles, por eso, el titular motivo de la denuncia (“Las moras de Melilla, más prolíficas que las ratas”), no está relacionado con el contenido de la noticia, pues las tasas de natalidad a las que se aluden, tanto en el informe como en el cuerpo de la noticia, corresponden al conjunto de mujeres melillenses y no sólo a las musulmanas. Por otra parte, se destaca que el medio digital a las semanas de publicar esta información, y ante los comentarios críticos de los lectores, sustituyó dicho titular por el de “La tasa de natalidad en Melilla supera en casi 10 puntos la media nacional”, más acorde con el contenido desarrollado en el artículo. Para las denunciantes, el titular original “Las moras de Melilla, más prolíficas que las ratas” es vejatorio e incita a la xenofobia, al comparar a las mujeres musulmanas con las ratas.

³⁰² Con la aprobación del nuevo Reglamento de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología, en noviembre de 2013, se modifica el artículo 9 Procedimientos por incumplimiento de las normas deontológicas. El artículo 9.2 dice: “El plazo para la formulación de la queja será de dos meses, contados de fecha a fecha, desde el día en que se produjeron los hechos o concluyeron de producirse, salvo que previamente el solicitante hubiera utilizado la vía judicial o cualesquiera otra profesional, en cuyo supuesto el plazo comenzará a correr cuando estas se hubieran agotado mediante resolución firme”.

³⁰³ El artículo 9.3 dice: “Excepcionalmente la Comisión Arbitral podrá admitir a trámite las quejas que, aun siendo formuladas por quien no esté directamente afectado, trate de supuestos de alarma o escándalo social. En la Resolución habrán de razonarse los motivos que fundamentan la admisión”.

Una vez analizados los documentos aportados, el ponente precisa que si bien es cierto que el titular objeto de la denuncia no aparece ya en *Alerta Digital*, se encuentra registrado en la dirección URL, así como en varios medios que en su momento se hicieron eco del titular de la noticia. También figura en la Facultad de Periodismo de la Universidad de Sevilla, puesto que fue objeto de análisis en la asignatura Ética y Deontología Periodística.

Para la ponencia, la intención del medio no era otro que el de sugerir al lector que las familias beneficiarias de las ayudas oficiales ofrecidas por el gobierno de Melilla iban a ser las musulmanas, y para ello ilustró la noticia con la fotografía de unos niños de origen magrebí, a cara descubierta, en un momento de oración. Y para subrayar esta percepción, se titula con “Las moras de Melilla, más prolíficas que las ratas”. En su opinión, “esta frase degrada la dignidad de un colectivo al que se define ambiguamente: por su origen étnico, su nacionalidad o, como parece sugerir la fotografía, su religión”. Y cuyo resultado no ha sido otro que el de convertir un titular en noticia y, dada la polémica surgida en los foros de la Red, una amplísima publicidad para *Alerta Digital*.

El artículo 7 del Código Deontológico –recoge la ponencia- conmina al periodista a la abstención de cualquier tipo de alusiones, expresiones o testimonios discriminatorios. En este caso, los términos del artículo están expresados tan claramente que no dejan lugar a dudas sobre el incumplimiento de los mismos por parte de este titular de *Alerta Digital*. “Las moras de Melilla, más prolíficas que las ratas” es un exabrupto vejatorio para las mujeres de origen magrebí residentes en Melilla y, por extensión, para todas las mujeres. La comparación con la fecundidad de un animal reduce la identidad femenina a su dimensión reproductiva y desprecia la dimensión esencialmente humana de la maternidad, a la que convierte en motivo de discriminación. “Este titular compendia en apenas nueve palabras la misoginia y la xenofobia”. Y, por tanto, no solo vulnera el Código Deontológico de la

FAPE, también vulnera la Constitución Española, la Resolución 1003 del Consejo de Europa sobre los Principios Éticos del Periodismo, así como el Código Internacional de Ética Periodística de la Unesco.

Por otra parte, aunque es evidente que *Alerta Digital* reaccionó con rapidez al retirar el titular, ello no le exime de responsabilidad, puesto que las “esenciales características de los medios digitales –cuya difusión es tan veloz que se denomina “viral”- obligan a un mayor celo ante los deberes éticos”, concluye el ponente.

Vistos los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología considera que el medio digital *Alerta Digital* **ha incumplido el artículo 7** del Código Deontológico de la FAPE al encabezar una noticia publicada el 14 de diciembre de 2010 con el titular “Las moras de Melilla, más prolíficas que las ratas”. Esta frase contiene términos vejatorios que fomentan la misoginia y la xenofobia.

- **Informe/Resolución 2014/85 (Febrero)**³⁰⁴ *Recomendaciones éticas o deontológicas para el tratamiento periodístico y mediático de las catástrofes.*

La Asociación de la Prensa de Madrid solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología la elaboración de un informe en el que se recojan una serie de recomendaciones deontológicas para el tratamiento periodístico ante situaciones de catástrofes.

Acuerdo: No procede

³⁰⁴ En la Resolución no se indica el día del mes.

Comentario personal: El presente Informe/Resolución vendría a completar el que ya emitió la Comisión en noviembre de 2008³⁰⁵, acerca del tratamiento informativo de las situaciones catastróficas. Si en aquella ocasión el enfoque de las recomendaciones buscaba reducir en lo posible “el indudable grado de ambigüedad que arrastra el artículo 4 del Código Deontológico de la FAPE”, respecto a la intromisión gratuita y las especulaciones innecesarias (tema ya abordado en dicha Resolución), éstas se centran más en otros aspectos complementarios, pero no por ello menos importantes. La intención de la Comisión en este Informe/Resolución es incidir sobre cuestiones como la tutela informativa en situaciones catastróficas, el compromiso con la verdad de los hechos, la separación entre información y opinión, la moderación en el lenguaje empleado, el tratamiento respecto a las víctimas, así como la protección de la juventud y la infancia. Recomendaciones que han de ayudar al periodista a conseguir realizar su trabajo con la diligencia y profesionalidad que este tipo de situaciones requiere. Porque, como refleja el Informe, “en las situaciones trágicas de origen y contenido catastrófico se produce un impacto emocional colectivo que se refleja, expresa y extiende a través de los medios que de ellos informan (...) y ello comporta una alta responsabilidad que requiere el más diligente ejercicio del deber de informar por parte de los periodistas y medios”.

Extracto del Informe/Resolución: Si la opinión pública cada vez conoce de manera más inmediata, extensa y cercana las situaciones provocadas por las catástrofes en cualquier parte del mundo, esto es debido gracias a los medios de comunicación. Con los medios de los que hoy se disponen, la transmisión de la información suele ser casi inmediata y se propaga rápidamente a través de los distintos soportes mediáticos: prensa, radio, televisión, Internet... La información sitúa a la sociedad ante la realidad catastrófica, sea el que sea su

³⁰⁵ Informe/Resolución 2008/24 (Noviembre) *Recomendaciones acerca del tratamiento informativo de las situaciones catastróficas.*

origen o causalidad, porque hoy en día la información es inmediata, directa y próxima. Todo ello comporta una alta responsabilidad que requiere el más diligente ejercicio del deber de informar por parte de los periodistas y los medios, pues en este tipo de situaciones se produce un impacto emocional colectivo que se refleja y expresa a través de los medios que informan de ello.

La tutela de la libertad de informar en situaciones catastróficas viene garantizada por la Constitución, pues nuestro ordenamiento jurídico respeta y consagra expresamente la prioridad del derecho a informar y a ser informados en tales supuestos. Los derechos establecidos en el artículo 20.1.a) y d) pueden ser suspendidos solamente en los “estados de excepción o de sitio”, pero nunca en el estado de “alarma”, que es el que podría ser declarado en caso de calamidad pública (catástrofes). Sin embargo, ese hecho (el de la tutela informativa) requiere de los profesionales de la información un especial compromiso que debe estar siempre presente en el ejercicio de la profesión, pero máxime ante este tipo de situaciones. Compromiso con la verdad de los hechos, separación clara entre información y opinión, utilización adecuada del lenguaje, respeto por el dolor y la aflicción de las víctimas y sus familias, y, sobre todo, adecuada protección respecto a la juventud y la infancia.

En síntesis, la Comisión establece que para los supuestos de información sobre catástrofes se requiere lo siguiente:

1. Dada la contundente veracidad, la información no debe desfigurarse.
2. Es necesario respetar en todo caso la separación entre información y opinión. La independencia y separación entre lo informativo y lo valorativo debe ser muy explícita en el ámbito audiovisual.
3. El cuidado del lenguaje utilizado puede aportar serenidad en las situaciones convulsas que nacen de las catástrofes.
4. Ha de cuidarse muy especialmente cuanto concierne a la información u opinión sobre las víctimas, familiares y allegados. El respeto a su dignidad así lo exige.

5. Ha de prestarse especial atención al recurso de las imágenes de las víctimas y evitar su posterior utilización de modo reiterativo. De manera muy especial este criterio resulta de aplicación en aquellos casos en los que las propias víctimas así lo soliciten.
 6. La protección de la juventud y de la infancia es principio general de aplicación rigurosa en las situaciones catastróficas.
 7. La discriminación en razón de color, raza, sexo, religión o ideología, siempre repudiable, lo es más cuando afecta a quienes sufren una catástrofe.
 8. Ha de mantenerse la presunción de inocencia como principio general.
 9. No resulta conforme a la ética profesional la utilización de estas situaciones como medio para aumentar el número de lectores o las audiencias, sin perjuicio de atender a la mayor demanda de noticias.
- **Resolución 2014/86 (9 de Abril)** *Sobre vulneración del Código Deontológico de la FAPE en la que pudieran haber incurrido el periodista Cote Villar y el diario El Mundo por un artículo sobre vientres de alquiler.*

D. Pedro Fuentes Castro, Vicepresidente de la Asociación “Son Nuestros Hijos”, solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al periodista Cote Villar y al periódico *El Mundo* por la noticia “El Supremo ‘carga’ contra Sarasola, Bosé y Thyssen (...) Una sentencia dicta que los hijos de vientres de alquiler no podrán registrarse en España” publicada el 6 de febrero de 2014.

Acuerdo: Desestimatorio por no incumplir ningún artículo del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: No siempre todas las quejas tienen razón. En este caso la Comisión ha estimado que ni *El Mundo* ni su periodista han vulnerado ningún precepto deontológico, es más, ambos han actuado con total profesionalidad y así lo argumenta el ponente en su informe. Por tanto, estamos ante una Resolución favorable para el medio y su redactor, en particular, y para el periodismo, en general.

Extracto de la Resolución: La noticia motivo de denuncia parte de una sentencia del Tribunal Supremo que deniega la inscripción en el Registro Civil como padres de dos niños gestados en 2008 por reproducción subrogada (vientre de alquiler) a un matrimonio homosexual, señalando que sólo uno puede registrarse como padre biológico y el otro como padre adoptante.

El diario *El Mundo* aclara que la sentencia afecta, de momento, sólo a un matrimonio homosexual de Valencia que en 2008 recurrió a un contrato de reproducción subrogada (vientre de alquiler) para tener un hijo con una mujer de California, donde esta práctica es legal. Una vez nacidos los gemelos en San Diego allí fueron reconocidos como hijos biológicos de ambos padres, pero no así el Registro Civil del Consulado español de Los Ángeles, que negó la inscripción en esos términos. Tras varios años de litigios judiciales, el pasado 6 de febrero de 2014 el Tribunal Supremo dictó la citada sentencia.

Para el denunciante, en la información publicada en *El Mundo* se vierten tres afirmaciones radicalmente falsas que el periodista no se ha molestado en contrastar. A su juicio es falso que exista “una sentencia que dicte que los hijos de vientres de alquiler no podrán registrarse en España”; también lo es cuando dice que “a pesar de estar casados, sólo uno de ellos sería el padre a ojos legales”; y no es cierto que “tener un hijo mediante vientre de alquiler en Estados Unidos cueste un mínimo de 100.000\$ (74.000€) por lo que es una opción reservada a potentados y famosos”. Además, el Sr. Fuentes Castro

también se queja que denominar la gestación subrogada como técnica de reproducción de “vientres de alquiler” lo considera un vulgarismo.

Una vez analizados los documentos aportados, el ponente deja claro que las falsedades que denuncia el demandante respecto a lo publicado en *El Mundo* “no lo son en absoluto”. Respecto a la primera y segunda falsedad denunciada por D. Pedro Fuentes, la sentencia dictada por el Supremo es explícita: “sólo podrá registrar como hijo suyo aquel progenitor que haya aportado el material genético”. Además, el diario también aclara que esta sentencia afecta de momento sólo al caso de los gemelos nacidos en 2008 y que el matrimonio afectado puede recurrir ante el Tribunal Constitucional o el Tribunal Europeo de Derechos Humanos.

En cuanto a la tercera afirmación sobre que el alto coste de la reproducción subrogada (100.000\$) hace que sea una opción “reservada a potentados y famosos”, el denunciante dice que es falsa porque en su Asociación “no hay ninguna familia de potentados y famosos” y que para reunir ese dinero hipotecan sus pisos, piden créditos o préstamos a amigos y familiares. Sin perjuicio de que ello sea cierto, el ponente estima que eso no invalida la afirmación de *El Mundo* sobre el coste monetario de esta técnica, y en cuanto a que por su alto coste esté “reservada a potentados y famosos” es una deducción del periodista, en parte confirmada por el cada vez mayor número de famosos que recurren a ella. En ningún momento el periodista incurre por ello en “afirmaciones degradantes ni discriminatorias”, ni tampoco revela la identidad del matrimonio gay ni de los bebés, por lo que se “respetan los derechos de los más débiles”.

Y sobre el término “vientres de alquiler” empleado por el periódico, la ponencia dice que éste es el más comúnmente usado en lugar de recurrir al término “gestación subrogada”, por lo que no se considera que sea “una expresión vejatoria o lesiva para la condición de los individuos”, sino que responde a una realidad consistente en alquilar el útero de una mujer para

gestar un embrión en el que no participa genéticamente, mediante un contrato y el pago de una suma de dinero.

Vistos los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología entiende que **ni el periodista Cote Villar ni el diario *El Mundo* han vulnerado el Código Deontológico** de la FAPE.

- **Informe/Resolución 2014/87 (Abril)**³⁰⁶ *Informe-respuesta a la consulta realizada ante la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo, por la Asociación de la Prensa de La Rioja.*

La Asociación de la Prensa de La Rioja solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología su opinión sobre el hecho de que un partido político impida el acceso de un periodista a una rueda de prensa por no haber sido convocado previamente.

Acuerdo: No procede

Comentario personal: En este caso la Comisión responde a unas preguntas formuladas por la Asociación de la Prensa de La Rioja, ante el amparo solicitado por un periodista, al que no le permitieron el acceso a una rueda de prensa convocada por un partido político, por no estar acreditado previamente. El supuesto recoge que el profesional, un periodista colaborador de un periódico digital y con blog propio, se presentó en el acto sin previa acreditación y sin que fuera enviado por ningún medio de comunicación, tan sólo por su condición de periodista (que acreditó mediante el carnet de la FAPE). Sin embargo, este hecho no fue suficiente para que los convocantes le permitieran acceder a la rueda de prensa. En el informe, la Comisión deja

³⁰⁶ En la Resolución no se indica el día del mes.

claro que la potestad para permitir el acceso a un acto informativo es de quien lo convoca y, aunque es deseable que no se limite el acceso a ningún periodista, no es exigible. Por otra parte, también señala que la proliferación de medios digitales está planteando nuevos problemas de acreditación, ya que incluso, por dificultades de espacio, no a todos se les puede permitir la entrada. Ante esta situación, la Comisión recomienda la posibilidad de que los profesionales de los digitales puedan agruparse y hacer un *pool* que los represente y evitar problemas de acreditación.

Extracto del Informe/Resolución: En síntesis, el escrito que la Asociación de la Prensa de La Rioja remite a la Comisión de Quejas, viene a decir que en la rueda de prensa convocada por el Partido Popular de La Rioja, celebrada el 14 de febrero de 2014 por el portavoz de Interior en el Congreso de los Diputados, Conrado Escobar, al periodista Gonzalo Peña Ascacibar no le fue permitido el acceso a la misma, por no estar convocado previamente. Gonzalo Peña, que no asistía a la cita informativa enviado por ningún medio de comunicación, argumentó que estaba facultado para estar allí por su condición de periodista y para ello enseñó su carnet como miembro de la FAPE, motivo que no fue tenido en cuenta por los responsables del acto, que seguidamente lo expulsaron del edificio. En el mismo escrito se reconoce que Gonzalo Peña es un periodista en paro, que colabora gratuitamente en el periódico digital *Rioja2.com*, donde tiene una columna, además de disponer de un *blog* y escribir con asiduidad en su cuenta de *twitter*.

Por los hechos narrados, Gonzalo Peña solicitó el amparo a la Junta Directiva de la Asociación de la Prensa de La Rioja, “que decidió recurrir a la Comisión de Garantías de la Federación (sic) para salir de dudas”. Por todo ello, la Asociación de la Prensa de La Rioja solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología que exprese su opinión sobre el citado caso contestando a las siguientes cuestiones.

1.- *¿Qué le parece a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE que un partido político prohíba entrar en su sede a un periodista a una rueda de prensa de un parlamentario a la que no está convocado expresamente?*

(Respuesta) Los partidos políticos no están obligados a aceptar en sus actos (ruedas de prensa, actos informativos de campañas electorales, etc.) a toda persona que muestre un carné de periodista. Conviene, en su propio beneficio político, que sean abiertos a la hora de informar y no sean restrictivos en el acceso a sus convocatorias aunque, habitualmente, son los medios de comunicación los que acreditan a sus periodistas ante los partidos políticos y ante las instituciones como el Congreso, Senado, Tribunal Constitucional, Consejo General del Poder Judicial, Ayuntamiento, etc. De todas formas, en una convocatoria abierta a los medios como es una rueda de prensa, aunque no es exigible, es deseable no limitar el acceso a la información a ningún periodista interesado en recibirla.

Por otra parte, la proliferación de medios digitales viene planteando problemas nuevos de acreditación, ya que, incluso por dificultades de espacio, no todos pueden ser acogidos dentro de los actos informativos habituales. Quizás tengan que agruparse y hacer un *pool* que los represente. Este problema sí debiera ser abordado por la FAPE.

2.- *¿Se está menoscabando el derecho a la información y a la libertad de expresión de Gonzalo Peña?*

(R) La información no es patrimonio exclusivo de los periodistas. A título individual, un periodista no representa, él solo, el derecho a la información. La titularidad universal del derecho a la información reside en el conjunto de la sociedad. Y en cuanto a su libertad de expresión, parece claro que, en este caso, no está en entredicho.

3.- *¿Estos derechos deberían ser protegidos de una forma especial entre el colectivo de periodista, tal y como indica la Resolución 1.003 del Consejo de Europa, que asegura que*

“es necesario reforzar las garantías de libertad de expresión de los periodistas a quienes corresponde en última instancia ser los emisores finales de la información”?

(R) Es un hecho reconocido en las sociedades democráticas que la plenitud del derecho a la información del público sólo se alcanza por mediación de las organizaciones informativas y de los profesionales de la información. Podemos decir que los informadores y las empresas informativas actúan en virtud de un mandato general, social y tácito del público, y en ellos recae la facultad de difundir la información. Por ello ambos derechos, el de la libertad de información y de expresión, son consustanciales al hecho periodístico y como tal deben de ser protegidos. Hasta el punto que, en España como en otros países democráticos, la libertad de expresión de los periodistas a la que ustedes aluden, no tiene otro límite que los tribunales de justicia.

4.- ¿Puede un partido político que convoca una rueda de prensa de un parlamentario actuar como si se tratara de una convocatoria privada?

(R) Los partidos políticos son vehículos de participación social y se deben a los ciudadanos. Pero en sus actuaciones informativas se rigen por sus propias normas.

5.- ¿Un periodista debe representar a un medio de comunicación para poder acceder a una rueda de prensa?

(R) Lo habitual es que un periodista represente a un medio de comunicación y como tal se acredite, aunque no es requisito imprescindible. Un periodista puede estar interesado en informaciones para publicar luego en un libro de investigación, etc. Pero son casos aislados que suelen ser acordados con los organizadores de las ruedas de prensa. En la actualidad, son muchos los periodistas que disponen de un *blog* en Internet donde vuelcan sus noticias y opiniones. Pero los *blogs* no pueden ser equiparados a los medios de comunicación como vehículos necesarios para la plenitud del derecho a la información de la que antes hablábamos.

6.- *¿Un periodista en situación de desempleo puede acceder a una rueda de prensa?*

(R) Estamos en el mismo caso de la pregunta anterior, la del periodista al que no respalda un medio de comunicación.

7.- *¿El carné de la FAPE para qué acredita a su titular?*

(R) Hay que tener en cuenta que la actividad periodística no está regulada en España. El carné de las Asociaciones de la Prensa, integradas en FAPE, lo que hace es unificar a todos aquellos periodistas que lo desean en torno a una institución que los representa y puede defenderles frente a los poderes públicos y privados. Pero a esta pregunta, lo lógico es que sea la propia FAPE quien la conteste.

- **Resolución 2014/88 (9 de Abril)** *Sobre la intromisión gratuita y las especulaciones innecesarias en un asunto en el que median elementos de dolor o aflicción en las personas afectadas.*

D^a Lidia Sánchez Yanel, Presidenta de la Federación de Asociaciones de Periodistas de Castilla-La Mancha, solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a Castilla-La Mancha Televisión (CMT) por la difusión de la noticia titulada “Picador de carne humana para venta animal” emitida en el espacio informativo “El Mirador”, el 11 de noviembre de 2013 a las 20.00 horas.

Acuerdo: Estimatorio por vulnerar el artículo 4.b del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Queja de la presidenta de los Periodistas de Castilla-La Mancha acerca del tratamiento informativo en la televisión pública de esa comunidad autónoma, respecto a una noticia de especial sensibilidad. Si la

muerte de una persona siempre produce dolor y aflicción, en el caso de un asesinato por violencia de género y con las circunstancias propias de ese caso (el cuerpo fue posteriormente descuartizado) se produce una consternación social difícilmente consolable. Por lo cual, este tipo de hechos han de tener una cobertura informativa limpia de impurezas sensacionalistas y morbosas, algo que el asunto denunciado no tuvo en cuenta, pues las imágenes ofrecidas indican claramente que no se respetó ni las recomendaciones dadas desde la Federación de Asociaciones de Periodistas de Castilla-La Mancha, ni desde la FAPE a través de su Código Deontológico, pues ambas instituciones han condenado el tratamiento informativo de esta noticia. Quizá lo peor sea que algo así haya ocurrido en un medio televisivo público (la televisión autonómica de Castilla-La Mancha), pero que además, haya sido justificado por su máximo responsable, asegurando que la pieza informativa es “impecable, pedagógica y que no hay nada que rectificar”.

Extracto de la Resolución: La noticia denunciada trata el asesinato de una mujer en la localidad de Cifuentes (Guadalajara) a manos de su pareja, carnicero de profesión y autor confeso del crimen, quien después de matarla la descuartizó. En la información sobre el suceso se muestran unas imágenes de un picador de carne, cuchillos e instrumentos de corte propios de las carnicerías con explicaciones acerca del modo de utilizarlos.

Para la demandante, la cobertura informativa de esta noticia trata un caso de violencia machista de un modo sensacionalista y morboso, algo que desde su Federación de Periodistas censuran, pues siempre recomiendan a los medios de su demarcación evitar este tipo de prácticas, tanto en la redacción de los textos como en la presentación de las imágenes, buscando el máximo rigor de estas informaciones. “Además –añaden- creemos que es especialmente grave el tratamiento dado por tratarse de un medio de comunicación público” (Castilla-La Mancha Televisión).

Por su parte, el máximo responsable de Radio Televisión Castilla-La Mancha (RTVCM) justificó la emisión en su día asegurando que buscaba “la mejor manera pedagógica de hacer caer a la gente en la importancia de la gravedad del asesinato”, y que por tanto, dicha pieza informativa era “impecable, pedagógica y no hay nada que rectificar”.

La primera cuestión que debe resolver la Comisión es si la Sr. Sánchez Yanel –en cuanto representante de los periodistas agrupados en la Federación de Asociaciones de Castilla-La Mancha- está legitimada para solicitar la apertura de expediente deontológico contra el ente regional RTVCM. La Ponencia cree que sí puede recurrir contra el tratamiento periodístico dado por la televisión pública autonómica, puesto que “a partir de la reciente modificación del artículo 9 del Reglamento de la Comisión³⁰⁷, aunque el solicitante no es persona directamente afectada por el suceso, sí le resulta aplicable el punto 3 de ese mismo artículo 9³⁰⁸”. Las imágenes emitidas por CMT despertaron una reacción ciudadana que pueden considerarse como de alarma o escándalo social (La Federación de Asociaciones de Periodistas de Castilla-La Mancha, el Comité de empresa de RTVCM, el Comité de Igualdad de dicho comité, el alcalde de Cifuentes o la oposición en las Cortes autonómicas manifestaron su desaprobación y rechazo al tratamiento informativo de la noticia), cuestión que “justifica plenamente que la presidenta de los periodistas de Castilla-La Mancha, en un correcto ejercicio de defensa del prestigio de los profesionales que ella representa, haya tomado la iniciativa de solicitar un expediente deontológico en defensa del buen nombre e imagen pública de los comunicadores agrupados en la Federación de Asociaciones de C-LM”.

Respecto a la pieza informativa analizada, la Ponencia cree que el tratamiento que la CMT dio a la noticia del asesinato de Cifuentes “debe ser

³⁰⁷ El nuevo Reglamento se aprobó en el mes de noviembre de 2013

³⁰⁸ El artículo 9.3 del Reglamento dice: “Excepcionalmente la Comisión Arbitral podrá admitir a trámite las quejas que, aun siendo formuladas por quien no esté directamente afectado, trate de supuestos de alarma o escándalo social. En la Resolución habrán de razonarse los motivos que fundamentan la admisión”.

valorado como éticamente inaceptable a tenor del artículo 4.b del Código Deontológico de la FAPE. También se señala que no es de recibo la respuesta del director del ente público, D. Ignacio Villa, al decir que la decisión redaccional sobre el formato de la noticia obedeció a una preocupación pedagógica para resaltar la gravedad del asesinato y que “no hay nada que rectificar”.

Para la Ponencia “resulta indiscutible que el vídeo –con la picadora de carne, los cuchillos y demás instrumentos del oficio de los carniceros como modo ‘pedagógico’ de ilustrar la descuartización de una mujer víctima de violencia machista- supone una clara intromisión gratuita e innecesaria en el tratamiento de dolor y de aflicción para las personas afectadas”. En este asunto, los responsables de los contenidos informativos de CMT no han respetado el derecho a la intimidad e imagen de unos determinados ciudadanos.

A la vista de los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología declara que los responsables de los contenidos informativos del ente público regional Castilla-La Mancha Televisión (CMT) **han vulnerado el art. 4.b** del Código Deontológico de la FAPE.

- **Resolución 2014/89 (9 de Abril)** *Sobre la vulneración de los derechos fundamentales al honor, a la intimidad y a la presunción de inocencia de la persona que es sujeto de la información.*

D^a Alba Suárez Secades solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al periódico *La Nueva España* por el artículo publicado el 22 de diciembre de 2013 sobre la detención del delincuente José David Castillo.

Acuerdo: Desestimatorio por no infringir ningún precepto del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Gracias a la modificación del artículo 9 del Reglamento de la Comisión, sobre todo con la incorporación del punto 3, en el que se dice que “excepcionalmente la Comisión Arbitral podrá admitir a trámite las quejas que, siendo formuladas por quien no esté directamente afectado, trate de supuestos de alarma o escándalo social”, la cuestión de la legitimidad activa deja de ser un obstáculo para proseguir con la tramitación y análisis de las resoluciones. Desde noviembre de 2013, en que se aprueba el nuevo Reglamento, se han podido tratar varias resoluciones: la 2014/84 (Febrero); la 2014/88 (9 de Abril) y ésta 2014/89 (9 de abril), que de otro modo se habría tenido que desestimar su admisión por carecer los solicitantes de legitimidad, al no ser parte afectada de la actividad periodística.

Extracto de la Resolución: La noticia denunciada hace referencia a la detención de un violento delincuente que, tras su salida de prisión, se dedicaba a asaltar mujeres de avanzada edad para robarles. En la descripción de los hechos se emplean expresiones que, a juicio de la demandante, vulneran los derechos fundamentales (al honor y la intimidad) del protagonista de la noticia, además de considerarlos vejatorios y discriminatorios. Las expresiones a las que se refiere la queja son: “El matón se orinó encima”, “no era un angelito” y “rasgos psicópatas.

La primera cuestión que debe resolver la Comisión es respecto a la legitimidad de quien presenta la queja. La denunciante no invoca vinculación alguna con el protagonista del reportaje ni con los hechos que en él se relatan. Carece, por tanto, su denuncia del requisito de admisibilidad que se conoce con el nombre de legitimación activa. Sin embargo, aun cuando todo procedimiento haya de iniciarse a instancia de parte legitimada, la Comisión

podrá conocer las quejas que, aun cuando fueran formuladas por quien no esté directamente afectado, tengan por objeto supuestos de alarma o escándalo social, tal como recoge el art. 9.3 del Reglamento. Tal ha sido el motivo que ha aconsejado la admisión de ésta, a pesar de que quien la plantea carezca de legitimación activa. El hecho de que el delincuente se ha “convertido por la presión mediática y política en el enemigo público número uno de Gijón”, tal como dice la noticia, o como expresa en sus alegaciones la directora de *La Nueva España*, en el sentido de que resulta evidente el innegable carácter de interés público de la información publicada (brutales ataques contra personas de avanzada edad y que mantuvieron en vilo a una localidad de 300.000 habitantes), “justifica sobradamente que prestemos [la Comisión] especial atención al tratamiento informativo que sirvió de cobertura al reportaje en una sociedad como la actual donde la delincuencia violenta es un fenómeno que a todos preocupa”.

Según el ponente, en el texto publicado predomina abrumadoramente su contenido informativo, lo que significa que tal identificación marca el perímetro de su ámbito lícito, donde aparecen como límites el respeto al honor y a la intimidad, además de la exigencia específica de la veracidad, circunstancia ésta que no se pone en duda. Es evidente por sí mismo “que José David Castillo (el detenido y protagonista de la noticia) se ha convertido en personaje público no sólo por su historial delictivo, muy denso y prematuro (comenzó a los 18 años), sino también por haber aceptado voluntariamente salir en los medios de comunicación siendo portada de un suplemento dominical en cuyo interior protagonizaba un reportaje-entrevista, con el deseo de reconducir su vida por nuevos y más sensatos derroteros, aspiración frustrada por él mismo con su conducta posterior”. Además, un individuo de su talante, que ha conocido un rosario de centros penitenciarios por hechos que han soliviantado y atemorizado a la opinión pública, “es una

figura de tal carácter que debilita la protección frente al derecho que la gente tiene a ser informada”.

Sobre las expresiones que a juicio de la demandante son impropias por vejatorias y discriminatorias, el ponente considera que éstas no vulneran ningún precepto deontológico y que se basan en informes policiales y judiciales. Por un lado, es cierto que el “matón se orinó encima”, al ser detenido por la policía; y por “matón” se entiende, según la RAE, al “hombre jactancioso y pendenciero, que procura intimidar a los demás”, lo cual es una descripción exacta del individuo. Por otra parte, la atribución a los “rasgos psicópata” no es una opinión del periodista, sino que proviene de los informes forenses incorporados en las actuaciones judiciales. Y sobre “no era un angelito”, no deja de ser una suave metáfora del lenguaje coloquial. El ponente matiza que éstas son expresiones “quizá innecesarias en un informe aséptico pero aceptables en el lenguaje periodístico que tiene sus propias reglas, cuando además vienen o van respaldadas por los hechos”.

Y en cuanto a la vulneración al derecho al honor y a la intimidad, amparados constitucionalmente, el reportaje narra exclusivamente acontecimientos de la “vida pública” del personaje, sin mencionar aspectos de su vida privada como podrían ser sus relaciones afectivas con otras personas.

En conclusión, “el texto periodístico bien puede ser calificado como “reportaje neutral”, considerando como tal todo aquel que no hace sino repetir lo dicho o escrito por otros, divulgando lo que así ha transcrito y, por lo tanto, comunicando libremente información. En este caso el relato se basa en sentencias judiciales firmes e informes policiales y penitenciarios”, advierte.

Vistos los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología acuerda que el reportaje titulado “El matón que se orinó encima” **no ha infringido el Código** Deontológico de la FAPE.

- **Resolución 2014/90 (9 de Abril)** *Sobre el deber de informar sobre los hechos de los cuales se conozca su origen sin falsificar documentos ni omitir informaciones esenciales, así como a no publicar material informativo falso, engañoso o deformado.*

D. Carlos Alberto Arenas, gerente del Complejo Hospitalario de Toledo, solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a Cuatro TV por la emisión de una noticia en el informativo “Noticias Cuatro” del 23 de diciembre de 2013, sobre la acumulación de enfermos en los pasillos de Urgencias del Hospital de Toledo.

Acuerdo: Estimatorio por vulnerar los artículos 2, 13 y 13.a del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: La práctica de tratar una información con material de apoyo de otro lugar distinto al objeto de la noticia, sin advertirlo debidamente a la audiencia, ha llevado a la Comisión a considerarla una actuación contraria a los preceptos deontológicos del periodismo. Sólo con que las imágenes con las que se ilustra la noticia televisiva hubieran sido rotuladas destacando que se trataba de otro centro hospitalario, habría sido suficiente como para no invalidar el reportaje. Sin embargo, al no advertirse tal circunstancia, la veracidad de la información queda en entredicho y, en consecuencia, viene a incumplir en primer compromiso ético del periodista: el respeto a la verdad.

Extracto de la Resolución: Según el demandante, las imágenes que se han difundido sobre el Hospital de Toledo no se corresponden con la realidad, “ya que pertenecen a otro centro hospitalario distinto”. Además, como en ningún momento se advierte de esta circunstancia “se traslada al espectador una imagen errónea y alarmante de la situación real de las Urgencias del hospital con imágenes que no se corresponden con la realidad del Centro”.

El ponente, sin entrar en otras consideraciones acerca de las situaciones reales de acumulación de enfermos en los centros hospitalarios y sobre el derecho de los medios a informar sobre los mismos, en relación con las imágenes de televisión que se emitieron por Cuatro TV el día 23 de diciembre de 2013, la información “habla de una acumulación de enfermos en los pasillos de Urgencia del Hospital de Toledo, pese a que las imágenes de televisión del reportaje corresponden a otro centro hospitalario distinto del objeto de la noticia, sin explicitar en ningún momento que pueden corresponder a otros centros hospitalarios”. Por este hecho, el gerente del hospital niega la veracidad de estas informaciones en base a que la realidad del hospital de Toledo no se corresponde con las imágenes que se han difundido, y porque el reportaje es engañoso al mostrar imágenes que corresponden a otro centro sanitario distinto.

Este testimonio no ha sido, por otra parte, contradicho por los demandados pese a ser requeridos para ello por la Comisión. En consecuencia, “debe considerarse que la información emitida por Cuatro TV no garantizó, ni hay prueba alguna, que se corresponda con la veracidad de la misma, vulnerando el artículo 2 del Código Deontológico”. La consecuencia es que el resultado de la información supone “un material informativo falso, engañoso o deformado”, lo que vulnera el artículo 13, y por consiguiente también el artículo 13.a donde indica que “se deberá fundamentar las informaciones que se difundan, lo que incluye el deber de contrastar las fuentes y el de dar oportunidad a las personas afectadas de ofrecer su propia versión de los hechos”.

Vistos los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología entiende que el informativo “Noticias Cuatro” de Cuatro TV **ha vulnerado los artículos 2, 13 y 13.a** del Código Deontológico de la FAPE por las imágenes emitidas el 23 de diciembre de 2013.

- **Resolución 2014/91 (9 de Abril)** *Sobre el deber de informar sobre los hechos de los cuales se conozca su origen sin falsificar documentos ni omitir informaciones esenciales, así como a no publicar material informativo falso, engañoso o deformado.*

D. Carlos Alberto Arenas, gerente del Complejo Hospitalario de Toledo, solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a La Sexta por la emisión de una noticia en el programa “Más vale tarde” del 22 de enero de 2014, referida a la situación en ese día del Servicio de Urgencias del Hospital de Toledo.

Acuerdo: Estimatorio por vulnerar los artículos 2, 13 y 13.a del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: El caso analizado en la presente Resolución tiene similitud con el resuelto en la Resolución 2014/90 (9 de Abril), en relación con el mismo Hospital de Toledo. No obstante, una diferencia importante es que en aquella ocasión las imágenes distorsionadas correspondían a otro centro hospitalario y en ésta se admiten que pertenecen al Hospital de Toledo, pero no al día concreto en que se atribuyen, el 22 de enero de 2014. Lo que en esta queja denuncia el gerente del hospital es que las imágenes emitidas corresponden a fechas anteriores, ya que precisamente ese día no había saturación ni enfermos en los pasillos del Servicio de Urgencias. Tal como sucedió en la Resolución anterior, el hecho de que no se advierta que las imágenes no pertenecen a los hechos concretos que se refiere la noticia, es motivo suficiente como para que la Comisión aprecie incumplimiento de las normas deontológicas. Sólo con que el periodista hubiera dicho que “éste es el aspecto que el hospital presentaba hace ... días” o que se hubiera rotulado con la indicación de que no pertenecían a ese día, hubiera bastado para cumplir correctamente con la información emitida.

Extracto de la Resolución: La noticia a la que se refiere la solicitud habla de una saturación del Servicio de Urgencias del Hospital de Toledo. El periodista, desde las puertas del hospital, presenta el problema como si estuviera pasando en el momento, sin advertir que ese día no había saturación ni enfermos en los pasillos de Urgencias, puesto que el problema de jornadas anteriores ya estaba solucionado. Las imágenes que se emiten del interior del hospital corresponden a semanas anteriores. De hecho, tal como señala el gerente, son las mismas que se emiten los días 8 y 9 de enero en el mismo canal de televisión. También ocurre lo mismo con algunas entrevistas que se ofrecen, que pertenecen a jornadas anteriores sin que tampoco se advierta al espectador. Estas circunstancias, dado que no se aclara la fecha de las imágenes, hacen creer que esos hechos están ocurriendo en el mismo momento de la conexión en directo, cuando en realidad son de fechas anteriores.

Analizada la noticia por parte del ponente, la información que se presenta con imágenes de saturación de enfermos, “no se corresponde con la realidad del 22 de enero de 2014, día al que se refiere la crónica televisiva”, pues, tal como señala el gerente del hospital, dichas imágenes son de jornadas anteriores. Como este testimonio no ha sido contradicho por los demandados, pese a haber sido requeridos para ello, lo que podría haber servido para clarificar y matizar las informaciones publicadas, debe considerarse que la información emitida por La Sexta “no garantizó ni hay prueba alguna de que la información se corresponda con la veracidad de la misma”. Con lo cual se vulnera el artículo 2 del Código Deontológico que dice: “el primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad”. Como consecuencia de ello, también queda vulnerado el artículo 13, por cuanto supone que se trata de “material informativo falso, engañoso o deformado”, así como el artículo 13.a por no fundamentar la información difundida y dar la

oportunidad a los afectados a dar su propia versión de los hechos y contrastar las fuentes.

Vistos los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología entiende que el programa “Más vale tarde” de La Sexta **ha vulnerado los artículos 2, 13 y 13.a**³⁰⁹ del Código Deontológico de la FAPE porque las imágenes ofrecidas sobre el Servicio de Urgencias del Hospital de Toledo no se corresponde con la realidad ocurrida del día 22 de enero de 2014.

- **Informe/Resolución 2014/92 (Abril)**³¹⁰ *Recomendaciones éticas o deontológicas para el tratamiento periodístico y mediático de los menores de edad.*

A instancias de la propia Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología se elabora un Informe con recomendaciones deontológicas para el adecuado tratamiento de los menores en los medios de comunicación.

Acuerdo: No procede.

Comentario personal: El marco de protección de la infancia y la juventud que establece la normativa jurídica nacional e internacional dota de especial relevancia la relación entre los menores y los medios de comunicación, tanto desde la perspectiva del tratamiento informativo, como por la influencia de los medios en la configuración de la sociedad. A pesar de ello, la presencia de menores desprotegidos en los medios es una preocupante realidad que se

³⁰⁹ En el acuerdo de la Resolución aparece citado por error el artículo 4, cuando en realidad el artículo vulnerado es el 13.a, tal como queda razonado en la Ponencia, y así lo hemos rectificado en este extracto de la Resolución.

³¹⁰ En la Resolución no se indica el día del mes.

viene agudizando con el auge de la sociedad de la información y la comunicación. Por tanto, es preciso que los profesionales del periodismo, apelados a nuevas exigencias deontológicas y a la asunción de nuevas responsabilidades en el tratamiento de las noticias, conozcan y tengan presente que la infancia y la juventud gozan de una especial protección que establece límites claros, tanto deontológicos como jurídicos, a la libertad de información. En el dilema entre derecho de los menores a ser protegidos y el derecho de los ciudadanos a recibir información, la cuestión se dirime claramente a favor de los menores, tanto en el nivel normativo como en el ético. El tratamiento de los menores debe ser objeto de reflexión y análisis desde el punto de vista deontológico, el único que puede ajustar respuestas rápidas y efectivas a la inmediatez del deber de informar. Ése es el objeto de este denso Informe/Resolución elaborado por la propia Comisión.

Extracto de la Resolución: El Informe hace un recorrido sobre la normativa existente en materia de protección de menores. En 1948, la Declaración Universal de los Derechos Humanos reconoció la “naturaleza especial de la niñez y de la maternidad”. En 1959, las Naciones Unidas adoptó una Declaración sobre los Derechos del Niño; y en 1989, la Convención sobre los Derechos del Niño de la ONU, estableció los derechos humanos civiles, políticos, económicos, sociales y culturales de los niños. Esta Convención, suscrita por la práctica totalidad de los países, establece que los menores de dieciocho años son sujetos de derechos que abarcan todos los aspectos de sus vidas y articula cuatro principios: no discriminación, supervivencia y desarrollo, interés superior del niño, y participación. En 1999, la Organización de las Naciones Unidas para la Infancia y varias instituciones internacionales, desarrollaron un documento de recomendaciones denominado “Desafío de Oslo”, que contiene una amplia disposición relacionada con los menores y los medios. Este documento propone a los profesionales de los medios de

comunicación proteger y fomentar los derechos de los niños mediante prácticas profesionales concretas, trabajar con criterios éticos, y elaborar y difundir códigos deontológicos que eviten el sensacionalismo, las imágenes estereotipadas y la desvalorización de los niños y sus derechos.

En España, la protección normativa se configura a partir de lo dispuesto en el artículo 39.4 de la Constitución Española: “Los niños gozarán de la protección prevista en los acuerdos internacionales que velen por sus derechos” (los mencionados más arriba). Y su artículo 20.4, especifica que la libertad de expresión debe respetar el honor, la intimidad, la propia imagen y la protección de la juventud y la infancia. Por su parte, la Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, concede al Ministerio Fiscal la potestad de intervenir ante cualquier intromisión en los derechos fundamentales de los menores, incluso aunque haya consentimiento tanto del propio menor como de los padres o responsables legales. Desde el punto de vista del periodismo, el Código Deontológico de la FAPE recoge específicamente la esencial protección a la infancia en varios artículos (4.d, 6 y 7), lo mismo que la práctica totalidad del resto de códigos deontológicos sobre medios de comunicación y, especialmente, el Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística.

En todos los textos legales referentes a los derechos de la infancia se sitúan, por encima de cualquier otra consideración, dos aspectos fundamentales: los menores deben gozar de “protección para su correcto desarrollo físico, mental, moral, espiritual y social en condiciones de libertad y dignidad”, y “la consideración fundamental a que se atenderá será el interés superior del menor”. Sin embargo, con frecuencia, algunos medios invocan a la audiencia o a la libertad de expresión para hacer caso omiso de las normas legales y del propio código deontológico. En este contexto se hace necesario establecer de manera más clara los conceptos “protección” e “interés superior

del menor”, sobre todo en relación con la libertad de expresión y de información.

La protección del menor abarca tres ámbitos fundamentales: la integridad, la intimidad y el entorno. La integridad comprende la salud física y mental, la seguridad, la educación, la personalidad, la libertad y la proyección social; ninguna información, por importante que sea, puede poner a un menor en riesgo de que sea lesionado alguno de estos aspectos. Junto al derecho a la propia imagen y el derecho al honor, el derecho a la intimidad está vinculado a la dignidad personal que, en el caso de los menores, debe respetarse incluso cuando las propias familias exponen su privacidad; los periodistas deben conocer los perjuicios que se causa a los menores de edad con la revelación pública de hechos o circunstancias que atañen a su intimidad. El entorno del menor está constituido fundamentalmente por la familia, los amigos y la escuela; el tratamiento informativo sobre el entorno de los menores debe regirse también por la protección obligada a la integridad y la intimidad de los afectados y, en ese sentido, debe respetarse específicamente el ámbito educativo.

El concepto “interés superior del menor” incluye las acciones o procesos destinados a garantizar el desarrollo integral de los niños, amplía las necesidades de protección del menor en su presente concreto –integridad, intimidad y entorno- y las proyecta al *in-fieri*, el proceso de formación que va desarrollando en cada niño al adulto que llegará a ser. Tiene, por tanto, un componente ineludible de visión de futuro. En una decisión informativa, tener en cuenta este interés supone contemplar al menor como un ser en proceso de crecimiento y formación. También es importante subrayar que el interés superior del menor es personalizable y no debe aplicarse en abstracto sino a los niños concretos, que deben ser contemplados así por el periodista para hacer buen uso de este criterio.

Los profesionales y los medios de comunicación pueden jugar un papel relevante en la creación de una conciencia social sobre la responsabilidad de todos los ciudadanos ante la infancia. Periodistas y medios deben ser conscientes de la vulnerabilidad de los niños ante la información que les atañe, para lo cual es conveniente llevar a cabo una constante reflexión crítica sobre el tratamiento que se otorga a los menores. De esta manera se puede disponer de procedimientos, alertas y experiencias que ayuden a prevenir tratamientos informativos incorrectos o malas prácticas en relación con los menores. En este sentido, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE propone algunas pautas para adecuar el tratamiento de los menores en los medios a la normativa internacional sobre los derechos de los menores y al propio Código Deontológico de la FAPE.

Las recomendaciones de la Comisión son:

1. Respetar el principio de universalidad de los derechos de los niños: los menores deberán ser tratados con respeto, evitando marcar aspectos que puedan convertirlos en objeto de rechazo o discriminación.
2. Otorgar prioridad a la protección y al interés superior del menor en la toma de decisiones informativas: deberá tenerse en cuenta siempre la protección a la integridad, la intimidad y el entorno.
3. Vigilar la exactitud y contextualización adecuada de los contenidos de las noticias relacionadas con la infancia: proporcionar un contexto adecuado a la información relacionada con los niños o adolescentes, evitando ahondar en estereotipos y advirtiendo al receptor de que se está informando sobre menores de edad.
4. Rechazar la vulneración de los derechos del menor que persigue obtener beneficios materiales: no utilizar a los menores para obtener beneficios empresariales o para aumentar las cotas de audiencia.

5. Proteger cuidadosamente la imagen y la identidad de los menores: debe hacerse extensible no solo al nombre o a la imagen, también a los moteos o seudónimos, la edad, lugar de residencia, centro de estudios o imágenes de sus familiares.
6. Tratar con especial cuidado lo referente al consentimiento del menor o sus tutores legales: se deberá obtener dicho consentimiento al abordar cualquier noticia que incluya la revelación de aspectos de la vida privada de un menor.
7. Comprobar de forma especialmente cuidadosa la fiabilidad de las fuentes: verificación minuciosa de la legitimidad y credibilidad de las fuentes que se utilicen para tratar noticias sobre la infancia.
8. Hacer un uso correcto de la información proporcionada por los menores en las redes sociales: la exposición de la vida privada de los menores en las redes sociales, proporcionada por ellos mismos, constituye un contexto nuevo en el cual la deontología periodística debe desenvolverse sin quebranto de los derechos de los demás.
9. Garantizar el derecho a la participación de los niños en los medios de comunicación: dicha participación implica la libertad del niño a manifestar sus opiniones y el derecho a ser tenido en cuenta en cualquier proceso o decisión que le afecte, también a respetar su voluntad de no expresar opinión o de no aparecer en la noticia.
10. Asumir el efecto educativo de la labor periodística: que se concreta en el respeto escrupuloso a las franjas de horario infantil, especialmente en los medios audiovisuales, y permitir a los niños el acceso a una información positiva, crítica y plural.
11. Asumir el principio de corresponsabilidad de los derechos humanos: la deontología profesional del periodismo insta a respetar los derechos de los menores en el ejercicio diario de la profesión, así como a denunciar los comportamientos que conculquen esos derechos.

- **Informe/Resolución 2014/93 (28 de Mayo)** *Sobre vulneración del deber del periodista de no simultanear actividades periodísticas con su aparición en anuncios publicitarios.*

D. Ricardo Herreras Álvarez solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología apertura de expediente deontológico sobre la frecuente aparición de periodistas en espacios publicitarios emitidos en distintas cadenas de televisión.

Acuerdo: No procede

Comentario personal: En esta Resolución el demandante no plantea la una queja sobre alguien en concreto, más bien lo que denuncia es la participación de conocidos informadores en *spots* y cuñas publicitarias de forma simultánea al ejercicio del periodismo informativo. Es una práctica cada vez más frecuente que afamados periodistas en activo realicen campañas publicitarias comerciales, lo que puede conllevar una infracción del artículo 18 del Código Deontológico. Sin embargo, en este caso, como no existe una denuncia sobre nadie en particular, sino que más bien se presenta como una consulta genérica sobre un asunto de interés deontológico, la Comisión no emite acuerdo sobre si se ha vulnerado o no precepto alguno del Código. Lo que establece son algunas recomendaciones para aclarar los límites deontológicos del artículo 18 sobre la incompatibilidad de ejercer simultáneamente actividades informativas y publicitarias por parte de los periodistas.

Extracto de la Resolución: La propia demanda ya deja claro que no se trata de una denuncia sobre una conducta concreta de un periodista, sino más bien sobre una práctica, cada vez más extendida, de utilizar a afamados presentadores de televisión en el contexto de publicidad testimonial de productos y servicios de consumo como sinónimo de elitismo y notoriedad.

La cada vez más frecuente aparición de este tipo de periodistas en espacios publicitarios, es lo que ha llevado al demandante a considerar que se podría estar vulnerando el artículo 18 del Código Deontológico que dice: “A fin de no inducir a error o confusión de los usuarios, el periodista está obligado a realizar una distinción formal y rigurosa entre la información y la publicidad. Por ello, se entiende éticamente incompatible el ejercicio simultáneo de las profesiones periodísticas y publicitarias. Igualmente, esta incompatibilidad se extenderá a todas aquellas actividades relativas a la comunicación social que supongan un conflicto de intereses con el ejercicio de la profesión periodística y sus principios y normas deontológicas”.

Por su parte, la ponencia deja claras algunas cuestiones respecto a la posibilidad de que los periodistas compatibilicen información y publicidad. Puesto que no todos los casos son iguales ni los tipos de publicidad tampoco, la Comisión “considera que el periodismo cumple una función constitucional que no debe quedar comprometida por prácticas poco sensibles con sus valores de independencia y honestidad informativa. A este respecto, la participación de periodistas en formatos que puedan prestarse a confusión sobre su función social y que debiliten la credibilidad de la profesión no resulta aceptable. En cambio, esta posición no presupone que la participación puntual de periodistas en *spots* publicitarios suponga *per se* una falta deontológica, siempre que se delimite de manera adecuada tanto por su contexto como por su contenido que no guarda relación con su función informativa”.

El ponente diferencia varios supuestos en los que se podría o no incurrir en infracción deontológica. En principio parece claro que simultanear las actividades de periodista y publicista podría contaminar la labor informativa. En primer lugar, porque podría menguar la independencia y honestidad exigidas por el compromiso con la verdad informativa. Y en segundo lugar, porque la participación del periodista en anuncios publicitarios

puede confundir a parte del público que, acostumbrados a verles como periodistas, podrían prestarle un mayor valor a su testimonio sobre el producto promocionado. Ahora bien, en el caso de apariciones puntuales de periodistas en *spots* publicitarios, la cosa cambia. En estos supuestos lo que se persigue es reforzar el recuerdo de un determinado producto o servicio a partir de la imagen de un personaje popular, de ahí que se busquen afamados periodistas de televisión con una determinada idiosincrasia profesional o por la telegenia de su imagen. En estos casos, la cuestión quedaría salvada con una clara distinción de los formatos (dejar claro que se trata de publicidad y no de información).

No obstante, hay que destacar que los sectores comerciales en los que algunos periodistas realizan actividades comerciales son muy diversos y no todos tienen el mismo grado de influencia sobre los espectadores. “Es evidente que si una afamada periodista da testimonio de los resultados de un champú para su cabello o de un determinado producto alimentario para su dieta, tal actividad nada tiene que ver con su función informativa”. En cambio, en otros asuntos el tema es más complejo. Por ejemplo, en los casos de la promoción de productos financieros u otros bienes que puedan causar un efecto importante sobre la economía de la persona, como la salud o la seguridad. La aparición de un periodista solvente en este tipo de anuncios “podría contribuir a simplificar decisiones que deberían tener un curso reflexivo más pausado por parte de los usuarios”. A pesar de que se trata de dos contextos con fines y formas bien diferenciados, la ponencia estima que es preciso “insistir en la importancia de que el periodista evite escenarios, formas o expresiones en los mensajes publicitarios que pudieran ser susceptibles de ser confundido con una actividad informativa”. Y en tanto no existe *per se* una incompatibilidad en la aparición de periodistas en *spots* publicitarios, pero dados los riesgos que conlleva su utilización para fines

comerciales, “convendría realizar un pronunciamiento en los casos concretos y no con carácter general”.

A fin de evitar que la participación de periodistas en espacios publicitarios pueda causar controversias deontológicas, la Comisión realiza con carácter general las siguientes recomendaciones:

1. El periodista ha de hacer de su dignidad profesional y de su independencia informativa una seña de identidad para la ciudadanía, por lo que deberá cuidar que su presencia en anuncios publicitarios no se preste a ser interpretada como un mensaje informativo, ocultando así su propósito comercial.
2. Esta recomendación resulta más intensa cuando se trata de productos o servicios que, de manera contemporánea, sean objeto de atención informativa, pues su presencia podría ser asociada con dicho contexto informativo en asuntos de especial sensibilidad para las personas.
3. En este mismo tenor, los medios deberían respetar el carácter profesional de sus periodistas y no utilizarlos en los propios informativos para realizar actividades comerciales.
4. El periodista no debe, desde el ejercicio de su condición profesional, intervenir en la captación de clientes, o en la elaboración de campañas publicitarias y actividades que se vinculen directamente con la gestión profesional de la publicidad y las relaciones públicas.
5. En consecuencia, el compromiso deontológico del periodista es compatible con el ejercicio de otras actividades comunicativas siempre que actúe con honestidad y evite que esta doble adscripción suponga una contaminación comercial de su actividad informativa o atribuya a sus tareas promocionales una apariencia informativa.

- **Resolución 2014/94 (28 de Mayo)** *Sobre la vulneración de Principios Generales del Código Deontológico y Principios de Actuación referidos al principio de veracidad de la información.*

D. Alejandro Perales Albert, Presidente de la Asociación de Usuarios de la Comunicación, solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a Jordi Évole director del programa “Operación Palace” emitido por La Sexta el 23 de febrero de 2014.

Acuerdo: No procede al considerarse un programa fuera del ámbito del periodismo y no debe someterse a sus principios deontológicos.

Comentario personal: De nuevo una Resolución en el que no procede acuerdo sobre infracción deontológica. En esta ocasión la Comisión lo justifica porque el programa denunciado “pertenece a un ámbito que está más allá del periodismo” y, por tanto, considera que “no debe someterse a sus principios”. Reconoce que el citado reportaje está fundamentado en mentiras y lo califica de “patraña”, pero a su juicio no pretendía engañar al público sino llamar su atención y obtener audiencia. Podría parecer que la Comisión no ha querido entrar en el fondo de la cuestión para no ser excesivamente crítica con el programa, sin embargo, su argumento para no calificarlo de “mala práctica periodística” es que “repudiar este tipo de creaciones supone poner límites y fronteras a la imaginación, a la creatividad, al uso de recursos como la ironía, la paradoja, la comedia, el drama... que sirven a la búsqueda de la verdad, a la defensa de las libertades y los derechos de los ciudadanos y a denunciar los obstáculos para lograrlo”, y reconoce que es “un trabajo arriesgado para un periodista con prestigio”. No obstante, también cabría pensar que la proliferación de este tipo de programas televisivos podría poner en peligro la credibilidad de la actividad periodística en su conjunto y de los muchos

reportajes que se realizan buscando la verdad y defendiendo las mismas libertades y derechos de los ciudadanos, pero sin recurrir a recursos *tan imaginativos y originales*.

Extracto de la Resolución: El contenido del programa “Operación Palace” narra, con formato de reportaje informativo, un supuesto complot que, con la aquiescencia del Gobierno, del Rey y de los parlamentarios de todo el arco parlamentario, así como el concurso de significados periodistas y de un conocido director de cine, propició el golpe de Estado que se produjo el 23 de febrero de 1981. El espacio incluye diferentes entrevistas con protagonistas y testigos de la trama, y sólo en los últimos minutos se desvela la naturaleza del mismo. Para el demandante, el programa incumple varios preceptos del Código Deontológico (artículos 1, 2, 4, 13 y 17) todos ellos referidos básicamente a la veracidad del relato contenido en el reportaje.

La primera afirmación que hace el ponente es que “Operación Palace” es un reportaje de “ficción sobre hechos reales y relevantes (...) que no se atiene a hechos probados, ni se somete a verificación; un compendio de mentiras desde el minuto 1 de emisión al 58”. El reportaje, calificado de patraña, “también se puede definir como bulo o infundio”, puesto que tenía momentos inverosímiles y sólo hasta el final del mismo no se dice claramente que “podían haber ocurrido, pero no fue así”. Cuestiones que evidencian que el programa televisivo “está intencionadamente alejado, ajeno, de la disciplina de la veracidad y de la verificación y de las normas deontológicas que propone el Código Deontológicos del periodista”. Y así lo argumenta el responsable del mismo, al decir que el reportaje deja de pertenecer al periodismo propiamente dicho para formar parte de un “experimento televisivo”.

Para el ponente, el objetivo del programa era llamar la atención, captar audiencia, lo cual exige generar expectativas y secreto riguroso hasta la conclusión de su emisión acerca de su naturaleza de docu-ficción o *fake* (falso)

que es el nombre con el que se califica este género. “Objetivos que se alcanzaron con creces” (fue el programa de televisión más visto de su franja horaria). Otros programas de esa naturaleza fueron: “La guerra de los mundos” de Orson Welles, emitido en 1938 por la cadena radiofónica CBS sobre la llegada de extraterrestres; “Operación Luna”, emitido en 2004 sobre la patraña urdida por Nixon respecto a la llegada del Apolo XI a la luna; o “Bye, bye, Belgium” sobre la falsa independencia de Flandes, realizado por la televisión belga a finales de 2006.

Por tanto, “se trata de una pieza que corresponde al género de reportaje-ficción o *fake*, que anida más allá del territorio del periodismo, aunque esté elaborado por periodistas”. Es un producto con tintes de espectáculo, afectado por la atracción que produce lo extravagante y la credulidad de una parte del público que tiene dificultad para diferenciar la ficción de la realidad, o incluso no le interesa distinguir. Pero siendo evidente que “Operación Palace” discurre al margen del principio de veracidad, esencial en el trabajo del periodista, “calificar el reportaje de mala práctica periodística va más allá de lo que cabe esperar y exigir a esta Comisión”. Según destaca la ponencia, “repudiar este tipo de creaciones supone poner límites y fronteras a la imaginación, a la creatividad, al uso de recursos como la ironía, la paradoja, la comedia, el drama...” puesto que la intención de engañar, aun siendo evidente, no parece que fuera esa la pretensión de “Operación Palace”.

Vistos los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología considera que “Operación Palace” **es un reportaje televisivo que pertenece a un ámbito que está más allá del periodismo y que no debe someterse a sus principios**. Un programa que pretende provocar y experimentar, que transgrede lo convencional, pero fundamentado en mentiras, una patraña cuyo objetivo y pretensión no es engañar al público, sino llamar la atención, obtener audiencia, inducir una reflexión sobre la manipulación y denunciar los efectos del secreto de documentos que interesan

al público para conocer y explicar hechos relevantes. La Comisión entiende que tratándose de un acontecimiento como el 23F, de trascendencia histórica para la democracia en España, los objetivos del programa podrían haberse intentado con procedimientos periodísticos ajustados a sus principios deontológicos. Un programa con apariencia de reportaje informativo, con herramientas del periodismo, pero situado fuera de su ámbito profesional. Perturbador para los periodistas que cambian su uniforme de trabajo, de manejar la realidad a utilizar la ficción, para ganar audiencia, aunque con el riesgo de perjudicar su crédito.

- **Resolución 2014/95 (16 de Julio)** *Sobre la vulneración del compromiso con la búsqueda de la verdad, que obliga al periodista a informar sólo sobre hechos de los cuales conozca su origen, sin falsificar documentos ni omitir informaciones esenciales, así como a no publicar material informativo falso, engañoso o deformado.*

El Colegio de Periodistas de la Región de Murcia solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a la revista *Diez Minutos* por la publicación de una entrevista imaginaria con Doña Letizia Ortiz, a la sazón Princesa de Asturias, en su número 3.275 de fecha 28 de mayo de 2014.

Acuerdo: Desestimatorio al no conculcarse ningún artículo del Código Deontológico de la FAPE. No obstante, la Comisión advierte en su dictamen que este tipo de entrevistas ficticias o imaginarias “no es una buena práctica periodística”.

Comentario personal: Posiblemente, el hecho de que la Comisión reconozca que esta clase de entrevistas sea un subgénero asentado en la literatura periodística, y que existan un sinnúmero de trabajos publicados utilizando este tipo de recursos “ficticios” -en los que el autor recrea una entrevista a partir de contenidos y declaraciones realizados por el personaje tomados en momentos diferentes-, sea una de las razones por las que el acuerdo tomado es desestimatorio. De ahí que la Comisión haya querido expresar “que el tratamiento informativo utilizado por la citada publicación [*Diez Minutos*] no constituye una buena práctica periodística, pues no tiene la misma garantía de veracidad que una entrevista real con la persona concernida”, con el objeto de dejar claro que, aunque no vulnere ningún precepto concreto del Código, está en el límite de la infracción deontológica.

Extracto de la Resolución: La información que se denuncia es una entrevista de las denominadas ficticias o imaginarias (son entrevistas recreadas a partir de datos y opiniones que un personaje ha hecho en otros momentos de su vida y que se contextualizan como si se estuviera hablando con el entrevistador) publicada en la portada y en varias páginas de la revista *Diez Minutos* con la entonces Princesa de Asturias, Doña Letizia Ortiz, con motivo de su décimo aniversario de boda. El título de la portada es “Letizia la Princesa cumple 10 años” y en la misma se indica: “Entrevista imaginaria: recreamos con datos contrastados y testimonios fiables la conversación que podría haber tenido con nuestra revista”.

A pesar de la advertencia de portada donde se indica claramente que se trata de una entrevista imaginaria, el demandante denuncia que *Diez Minutos* ha utilizado una entrevista falsa con Doña Letizia, a la que califica de “ejercicio de ficción”, que ha generado hilaridad en numerosos comentarios en las redes sociales, además de dañar el prestigio de la profesión periodística. Por ello, a su juicio, dicha información ha vulnerado los principios generales de la

deontología profesional, referidos al respeto a la verdad y el deber de difundir con honestidad la información.

Ante las alegaciones de la dirección de la publicación, en las que se indica que el Colegio Oficial de Periodistas de la Región de Murcia no está legitimado para presentar esta solicitud de apertura de expediente deontológico, el ponente, de acuerdo con la decisión previa de la Comisión Permanente, considera que el demandante sí está legitimado para interponer el recurso que nos ocupa y que las normas vulneradas a las que se refiere: “respecto a la verdad” nos remite al artículo 2 del Código Deontológico de la FAPE, mientras que “el deber de difundir con honestidad la información” hace referencia al artículo 3 del mismo.

La siguiente cuestión que se plantea la ponencia es sobre este tipo de entrevistas denominadas “imaginarias o ficticias”. Desde el punto de vista de la Redacción Periodística, el ponente reconoce que es un subgénero asentado en la literatura periodística, que se inspira e incluso recrea la forma, estructura y estilo de la entrevista, sin serlo. Sin embargo, desde el punto de vista Deontológico, que es el que “debe ser prevalente en el ámbito propio de esta Comisión”, la recreación de datos contrastados (tal como afirma la portada de *Diez Minutos*) en la entrevista imaginaria, son en realidad fragmentos tomados en momentos y ocasiones diferentes, colocados a continuación de preguntas a las que se ajustan las contestaciones, y que está fuera del contexto temporal propio de la entrevista publicada por *Diez Minutos* en su número de 28 de mayo de 2014. “En consecuencia -dice el ponente- no estamos ante una buena práctica deontológica del periodismo. Este recurso, para este caso concreto u otros análogos, no se adecua a las exigencias éticas y debería evitarse para que no sea una práctica habitual del periodismo”.

Por lo expuesto, desde la defensa de la libertad de expresión, así como de la necesidad de velar por la calidad y credibilidad del periodismo y a partir de que la primera exigencia del periodismo es el respeto a la verdad, sin

tergiversación o deformación, **no nos hallamos ante una buena práctica periodística**, pues el método de esta entrevista imaginaria, no tiene la misma garantía de veracidad que una entrevista real con la persona concernida. Además puede también afectar al derecho a la intimidad y la propia imagen, a la que la persona presuntamente entrevistada tiene derecho, aunque sea un personaje público.

- **Resolución 2014/96 (16 de Julio)** *Sobre la vulneración del Código Deontológico de la FAPE en que pudiera haber incurrido el diario Periodista Digital y su director Alfonso Rojo, por noticia publicada el día 5 de mayo de 2014 con el título “Un falso novio de postín camela a una pardilla en Barcelona y se la lleva de esclava a Rumanía”.*

D. Antonio Maestre Hernández solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al periódico digital *Periodista Digital* y a su director Alfonso Rojo por la noticia titulada “Un falso novio de postín camela a una pardilla en Barcelona y se la lleva de esclava a Rumanía” publicada el 5 de mayo de 2014.

Acuerdo: Estimatorio por vulnerar los artículos 2, 3, 7, 7.a, 7.b y 13.b del Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Estamos ante una noticia de especial sensibilidad social, como es el secuestro y violación de una mujer, pero tratada por el medio sin el rigor informativo que el caso merece. En palabras de la ponencia, tanto el titular como la fotografía que lo acompaña “abordan una tragedia humana con enorme frivolidad y manipulación de la información”. El resultado de tan gran negligencia es la vulneración de seis preceptos

deontológicos recogidos en el Código de la FAPE, además de varias normas jurídicas que, aunque no son motivo de análisis de la Resolución, el ponente ha dejado señalado en la misma.

Extracto de la Resolución: La noticia denunciada presenta, además del titular: “Un falso novio de postín camela a una pardilla en Barcelona y se la lleva de esclava a Rumanía”, una fotografía con la imagen de una mujer realizando prácticas sexuales consentidas, conocidas como BDMS, así como un subtítulo en el que se califica de “lover boy” al secuestrador. Para el recurrente la noticia banaliza graves delitos contra la mujer, insulta a la víctima, al llamarla “pardilla”, además de presentar una fotografía que pervierte el contenido de la información, al equiparar una violación y secuestro con una práctica sexual consentida.

Analizada la documentación aportada por el denunciante, el ponente ha podido comprobar que el periódico digital ha modificado el contenido del enlace inicial respecto a las ediciones posteriores, desapareciendo la palabra “pardilla” y también la fotografía de la mujer, que ha sido sustituida por otra en la que se muestra la cara oculta de una mujer con sus propias manos. Respecto al calificativo “pardilla”, atribuido a la víctima de la violación y secuestro, “sin duda es humillante en relación a su dignidad como persona, cuando precisamente ha sido objeto de una violación sexual acompañada de un secuestro”. El calificativo tiene una resonancia peyorativa y despectiva que no refleja la realidad de indefensión en que se encontró la mujer agredida. Y respecto a la fotografía publicada, en la que aparece una mujer maniatada, tomada de una página de Internet, dedicada a BDMS, se puede confundir con prácticas sexuales muy variadas, que pueden ser o no consentidas; además, en ningún caso se advierte al lector sobre el origen externo de la imagen. En consecuencia, no se corresponde con la veracidad de los hechos y es contraria al necesario rigor y deontología informativa, pues sólo fomenta el morbo y el

sensacionalismo. Dicha fotografía “es claramente no veraz y afecta al derecho a la propia imagen de la mujer violada, lo que supone una grave manipulación informativa”.

Por otra parte, a pesar de que el periódico digital modificó en una edición posterior los contenidos citados, “lo que supone un cambio positivo de actitud”, sin embargo, es totalmente insuficiente para eximir de responsabilidad y eliminar el daño causado por la información inicial, pues estos cambios se produjeron, más que por iniciativa propia, por la presión ejercida de los comentarios de las redes sociales y, además, no estuvo acompañado de la obligada petición de disculpa a iniciativa propia.

Para el ponente, la noticia analizada incumple varias normas jurídicas y deontológicas. Al tratarse de un caso de violencia contra una mujer, desde el punto de vista jurídico, la información vulnera lo dispuesto en la Ley Orgánica 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género, así como en la Ley 13/2007, de 26 de noviembre, de Medidas de Prevención y Protección Integral contra la Violencia de Género.

Y respecto a la responsabilidad deontológica, se ha vulnerado el artículo 2 del Código Deontológico que indica: “que el primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad”, y el artículo 4 referente “al respeto del derecho de las personas a su propia imagen”, también el artículo 7, que en su primer párrafo indica “se debe mantener una especial sensibilidad en los casos de informaciones u opiniones de contenido eventualmente discriminatorio o susceptible de incitar la violencia o prácticas humanas degradantes”. También se vulnera el artículo 7.c: “Debe finalmente y con carácter general evitar expresiones o testimonios vejatorios o lesivos para la condición personal de los individuos y su integridad física o moral”, así como el art. 7.a: “Debe por ello abstenerse de aludir de modo despectivo o con prejuicios a la raza, color, religión, origen social o sexo de una persona o cualquier enfermedad o minusvalía física o mental que padezca”. Tampoco debe considerarse que el

periódico digital haya cumplido adecuadamente con el artículo 13.b: “advertida la difusión de material falso o deformado estará obligado a corregir el error sufrido con toda rapidez y con el mismo despliegue ortográfico empleado para su difusión. Asimismo difundirá una disculpa a través de su medio cuando así proceda”.

Vistos los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología considera que *Periodista Digital* y su director Alfonso Rojo **han vulnerado los artículos 2, 3, 7, 7.a, 7.c y 13.b** del Código Deontológico de la FAPE.

- **Resolución 2014/97 (16 de Julio)** *Sobre vulneración del Código Deontológico de la FAPE en que pudiera haber incurrido el diario La Razón, por la noticia publicada en su portada, el día 5 de abril de 2014, que reproduce fotografías de las caras de unas personas detenidas por la policía el día anterior.*

D. Stéphane M. Grueso Lenoir solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico al periódico *La Razón* por la noticia y fotografía publicada en la portada del 5 de abril de 2014.

Acuerdo: Desestimatorio por no vulnerarse ningún precepto deontológico.

Comentario personal: En esta Resolución se recoge la denuncia de una persona que, no teniendo nada que ver ni con la noticia ni con los protagonistas de la misma, se queja de que en la fotografía publicada en la portada de *La Razón*, tomada de una manifestación de Madrid, aparecen los rostros de varias personas detenidas por la policía. Para el demandante, esta imagen y el titular de la noticia, vulneran los artículos 4 y 5 del Código

Deontológico. Sin embargo, la Comisión deja claro que el medio, tanto en el caso de la fotografía como en el del texto, ha actuado con profesionalidad y, por tanto, no ha incumplido ningún precepto deontológico.

Extracto de la Resolución: La portada reproduce la imagen de varios manifestantes detenidos por la policía en un acto del día anterior celebrado en Madrid. El titular de la misma dice: “La policía detiene a diez radicales que agredieron a los antidisturbios en una operación que sigue abierta”. Imagen y texto, a juicio del recurrente, no tiene en cuenta los artículos 5, respecto a la presunción de inocencia, y 4, sobre el respeto a la propia intimidad e imagen.

La primera cuestión que despeja el ponente es sobre la legitimación activa del demandante. A pesar de que éste no tiene vinculación alguna con los hechos ni con las personas aparecidas en la información, y por tanto carece de la legitimación activa requisito de admisibilidad de la queja, la Comisión, según lo establecido en el artículo 9 de su Reglamento, donde se dice que podrá conocer de las quejas que, aun cuando fueren formuladas por quien no esté directamente afectado, tengan por objeto supuestos de alarma o escándalo sociales, cree conveniente admitirla a trámite para clarificar a los medios los límites dentro de los cuales han de desarrollar su función informativa en este tipo de actos públicos (sobre las diversas manifestaciones que se celebran en Madrid).

Sobre el contenido de las quejas del demandado, el ponente señala que el principio de que toda persona es inocente mientras no se demuestre lo contrario, consiste en que nadie puede ser considerado culpable hasta que sea declarado tal por un juez o tribunal de Justicia. En cuanto a la imagen publicada en la portada de *La Razón*, ésta “cumple con el requisito constitucional de veracidad exigible para legitimar el derecho fundamental a informar”. Los rostros que aparecen son de algunas personas de las que estaban presentes en la manifestación que se estaba desarrollando ese día. Por

otra parte, el texto superpuesto es simplemente descriptivo: “La policía detiene a diez radicales que agredieron a los antidisturbios en una operación que sigue abierta”; en ningún momento se afirma que los retratados sean “los radicales”, calificación ideológica sin connotaciones en el Código Penal. Tampoco prejuzga en ningún caso que las personas detenidas por la policía sean culpables de nada.

Respecto al respeto a los derechos a su propia intimidad e imagen, que otorga al titular la potestad de autodeterminar el flujo de información referente a su vida personal o familiar, el ponente destaca que las fotografías publicadas se han obtenido en un acto público y abierto en la vía pública, como es una manifestación. Por tanto, “no parece, pues, que la captación, reproducción y publicación de sus rostros pueda atentar a su derecho a la propia imagen” como refleja que los fotografiados no hayan presentado denuncia alguna judicial o extrajudicial. Por otra parte, es precisamente el interés público de la noticia de la manifestación el que legitima plenamente la información publicada en todos los diarios impresos o hablados de España.

En virtud de lo expuesto, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología acuerda que la portada del diario *La Razón* del 5 de abril de 2014, **no ha infringido ningún artículo del Código Deontológico de la FAPE**, ni ha vulnerado el derecho fundamental a la propia imagen ni el principio de la presunción de inocencia de los fotografiados y aludidos en el texto.

- **Resolución 2014/98 (no consta la fecha)** *Sobre vulneración del Código Deontológico de la FAPE en la que puede haber incurrido el periódico digital y de prensa escrita El Cultural y la columnista Elena Vozmediano, autora de un artículo publicado en dicho medio el 22 de julio titulado “El TEA se IVAMiza”.*

D. Alejandro Tosco de Castro solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a *El Cultural* y *ElCultural.es* y a su columnista Elena Vozmediano, por la publicación del artículo “El TEA se IVAMiza” publicado el 22 de julio de 2014.

Acuerdo: Estimatorio por vulnerar los artículos 2, 13 y 13.a de Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Estamos ante una Resolución que penaliza el exceso desproporcionado de la crítica a una persona, en este caso un artista. La autora del artículo, quien además en su descargo alega que no es periodista sino crítica de arte, atribuye una serie de frases ofensivas y aseveraciones cuando menos arriesgadas contra la obra del artista que va mucho más allá de la crítica y la opinión. Por otra parte, el hecho de que se presente como crítica no le exime de responsabilidad, pues, tal como dice el ponente en su informe, “dado que es crítica de arte y colaboradora regular en el citado medio [*El Cultural*] aun cuando no sea periodista debe someterse a los códigos que rigen en la profesión”.

Extracto de la Resolución: Los hechos que se denuncian tienen que ver con la publicación de un artículo firmado por la crítica de arte Elena Vozmediano en la revista *El Cultural* y *ElCultural.es* sobre la dirección, gestión y programación del museo Tenerife Espacio de las Artes (TEA), a su juicio

nefasta, al hallarse su Consejo de Administración muy politizado. En ese contexto, la autora arremete contra el artista Alejandro Tosca, a quien considera que si ha llegado a exponer en el TEA, así como que le fuera adjudicado a dedo el cartel de los Carnavales de Santa Cruz de Tenerife ha sido gracias a sus contactos políticos y no a sus méritos profesionales, cuestión ésta que le ha servido para enriquecer su cuenta corriente. Al mismo tiempo también le acusa de falsear el *Currículum Vitae*, al añadir su participación en la exposición “40 aniversario de Esculturas en la Calle” cuando en verdad, según la autora, su obra fue rechazada por el Comité de Selección.

A juicio del demandante, el artículo de Vozmediano falta a la verdad, no se contrastan las informaciones, se emplea material engañoso o deformado, además de proferir frases ofensivas que atentan contra su integridad moral. Por ello, considera que la autora ha vulnerado los artículos 2, 13 y 13.a.

Por su parte, la autora, en sus alegaciones, se presenta como una crítica de arte y no como periodista, y puntualiza que a pesar de que podría desentenderse de este asunto, desea someterse al arbitrio de la Comisión con la intención de que la directora de *El Cultural* no tenga el más mínimo problema por esta causa. Se reafirma en su contenido y lo justifica diciendo que su artículo “es un blog claramente de opinión” y “no elaboro informaciones, sino que las interpreto”.

Una vez analizadas las pruebas aportadas por las partes, la ponencia, respecto a la condición profesional de la autora del artículo, quiere dejar claro que “dado que es crítica de arte y colaboradora regular en el citado medio aun cuando no sea periodista escribe en un medio periodístico y por lo tanto debe someterse a los códigos que rigen en la profesión. En ese ámbito, cabe recordar que los directores/directoras de los medios de comunicación son responsables subsidiarios de cuanto se publica en los medios que dirigen”.

En cuanto a las afirmaciones que aparecen contra el demandado, el ponente considera que son un compendio de frases ofensivas y aseveraciones cuando menos arriesgadas que van en contra de la obra y persona del artista tinerfeño. Y resalta que, “cuando se acusa públicamente a alguien de algo tan grave como *engordar con ceros a la derecha su cuenta corriente a base de favores a través de contactos políticos* hay que demostrarlo o se incurre en grave conculcación del artículo 13 del Código Deontológico (...) y también del 13.a”. Y recuerda que si Vozmediano no puede certificarlo, “no debería incluirlo en su artículo”.

Respecto a la falsedad del Currículum del artista, el ponente entiende que la carta de la Comisión de Esculturas en la Calle que aporta la autora se limita a afirmar que *nunca se han aceptado obras de artistas ofrecidas directamente*, así como recomienda *que no se acepten esculturas para ser colocadas en el ámbito en que se desarrollan las dos exposiciones internacionales*, pero que en ningún momento la organización de la muestra “desaconseja la instalación de la escultura del Sr. Tosco (al que ni siquiera menciona) en el entorno de las obras originales, tal como se asevera en el artículo de la Sra. Vozmediano”. En este caso, la autora “vulnera el artículo 2 del Código Deontológico”, pues Elena Vozmediano le hace decir a la carta de la Comisión de Esculturas en la Calle lo que no dice: que *la organización de la muestra desaconseja la instalación de la escultura de Alejandro Tosco*, lo que significa que la “articulista hace una interpretación libre y no ajustada a la verdad de la respuesta que recibió”.

Por otra parte, en cuanto a la acusación sobre que el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife encargó *a dedo* el cartel de los Carnavales a Alejandro Tosco, a pesar de que el demandado dice haber participado en un concurso que se ajustó a las normas y que fue la opción más votada, lo cierto es que el Ayuntamiento de Santa Cruz de Tenerife, tal como expresa la prensa canaria al respecto y en ningún momento desmentida -dirá el ponente-, ha renunciado a que sean los chicharreros los que elijan el cartel anunciador del Carnaval 2015 después de que el concurso fuera suspendido la pasada edición por

fraude en los votos a través de la web de las fiestas. Por tanto, para esta ocasión, “el Consistorio ha encargado directamente al artista tinerfeño Alejandro Tosco su diseño”, recuperando de esta manera el modelo utilizado en años anteriores basado en la alternancia de autores canarios de reconocido prestigio, concluye el ponente.

A la vista de los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología considera que la crítica de arte Elena Vozmediano, en su artículo “El TEA se IVAMiza” publicado en *El Cultural* y *ElCultural.es*, y de manera subsidiaria la directora de la publicación, **vulneran los artículos 2** (el respeto a la verdad), **13** (publicar material informativo falso, engañoso o deformado) y **13.a** (el deber de contrastar las fuentes) del Código Deontológico de la FAPE.

- **Resolución 2014/99 (3 de Diciembre)** *Sobre una queja formulada por D^a Ana Morell, concejal del Ayuntamiento de Oliva (Valencia), ante informaciones difundidas por la periodista D^a Isabel Llorca en el medio Crónica de Oliva.*

D^a Ana Morell, concejal del Ayuntamiento de Oliva (Valencia), solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología la apertura de expediente deontológico a D^a Isabel Llorca, directora del periódico *Cronica de Oliva* por las informaciones difundidas tanto en su formato papel como digital (*Cronicadelasafor.com*).

Acuerdo: Estimatorio por vulnerar los artículos 5, 5.a y 13.a de Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Estamos ante un supuesto en el que la protagonista de la noticia es una concejal del Ayuntamiento de Oliva que ha realizado unas obras de rehabilitación en una vivienda de su propiedad sin la preceptiva licencia municipal. Sin embargo, a pesar de que los cargos públicos “han de soportar el que sus conductas sean materia de información y opinión”, tal como expresa el ponente, y de existir veracidad en la información publicada, lo que no se puede justificar de ningún modo es que partiendo de una verdad, el periodista se extralimite en otros datos accesorios de la información en el que se vulneran hasta tres artículos del Código Deontológico. Es lo que sucede en la presente Resolución, donde las imputaciones que la periodista hace sobre la demandante “van más allá de la crítica que debe soportar quien desempeña funciones públicas”.

Extracto de la Resolución: La noticia motivo de denuncia hace referencia a unas obras que la demandante, concejal del Ayuntamiento de Oliva, ha realizado en una vivienda de su propiedad. En la misma, se afirma que dichas obras carecen de la preceptiva licencia municipal, que son ejecutadas por trabajadores ilegales, además de nombrar al esposo de la demandante y calificar su matrimonio de corrupto. Por esos motivos, a juicio de la demandante, la periodista Isabel Llorca ha vulnerado los artículos 2, 13 y 13.a del Código Deontológico, al faltar a la verdad en su información, publicar material falso, engañoso o deformado, así como no contrastar las fuentes ni permitir al afectado dar su propia versión de los hechos.

Por parte de la autora de la información, que además es la directora del medio, en su escrito de alegaciones defiende la veracidad de la noticia al haberse ejecutado las obras sin la licencia municipal, tal como consta en el Decreto de Suspensión de Obras sin Licencia, que requiere a la interesada para que solicite la licencia de obras. En cuanto a los trabajadores de las obras (que califica de ilegales, cuando en realidad eran familiares de la demandada)

reconoce que si bien es cierto que eran familiares y realizaban los trabajos gratuitamente (lo cual le confiere legalidad, recogido en el Estatuto de los Trabajadores como trabajos de “buena vecindad”) “los interesados carecían de contratos”, alega. Por último, respecto a la identificación del marido de la demandante, la periodista opina que su identificación se hace necesaria porque tiene interés informativo sobre lo que se publica, además de aclarar que en ningún momento se alude a él como “corrupto”, sino que se dice respecto al matrimonio.

Una vez analizados los documentos aportados por las partes, el ponente reconoce que esta queja “plantea la tensión entre libertad de información y los derechos a la intimidad y al honor de las personas aludidas” en la información. Sin embargo, a pesar de que la demandante es un cargo político electivo como concejal del Ayuntamiento de Oliva, no estamos ante un supuesto en el que se cuestiona el derecho a expresar y difundir pensamientos, ideas u opiniones, sino en el caso de definir si la profesional D^a Isabel Llorca ha actuado conforme a parámetros deontológicos al ejercer su oficio de periodista.

En una primera instancia el ponente reconoce que, tras examinar los hechos, “no se han encontrado en los textos, documentos e imágenes denunciados informaciones que constituyan una vulneración de esa primera obligación del periodista que es la de respetar y salvaguardar su compromiso con la verdad”, puesto que la Sra. Morell asume haber hecho unas obras en la casa que el reportaje señala y consta también en el expediente administrativo municipal. Por tanto, “es real la existencia de la materia noticiable”.

Sobre el resto de reproches deontológicos que la demandante desgrana en su queja, el ponente opina que si bien es cierto que el texto está alejado de la objetividad, “la subjetividad no es deontológicamente reprochable” y advierte que de hacerlo “se estaría limitando –inconstitucionalmente- la libertad de pensamiento u opinión”. Sin embargo, a pesar de que los cargos

públicos han de soportar el que sus conductas sean materia de información y opinión, existen afirmaciones en el texto denunciado que vulneran claramente el Código Deontológico. Por ejemplo, cuando se dice que la Sra. Morell *vuelve a prevaricar desde el cargo público que representa*, pues si *vuelve a prevaricar* es porque ya prevaricó antes, lo cual constituye una imputación de conducta delictiva que va más allá de la crítica que debe soportar quien desempeña funciones públicas. Y lo mismo sucede cuando en reiteradas ocasiones escribe: *en esa línea aborrativa y corrupta del matrimonio Canet Morell*, así como la utilización de los términos *trabajadores ilegales*, comportamientos estos tipificados en el Código Penal.

A la luz de la ética periodística, para el ponente “atribuir conductas delictivas, sin ningún refrendo judicial, es sin duda un exceso reprochable éticamente (art. 5) que no se justifica, como pretende la Sra. Isabel Llorca, en la búsqueda de la *fluidex gramatical*”, señala. También constata que la periodista y directora de la publicación no ha cumplido con el deber ético de contrastar los datos, tal como establece el artículo 13.a del Código Deontológico, puesto que la demandada ha reconocido en su contestación que no ha verificado contraste alguno con los afectados por considerar *indiscutible la veracidad* de los hechos denunciados, y además aventurar que *es razonable creer que más bien nos hubiera ocultado los datos*; y tampoco se ha dado la oportunidad de rectificación suficiente a la persona afectada para ofrecer su propia versión de los hechos.

En cuanto a la queja sobre la reiterada inclusión del esposo de la demandada entre los protagonistas de la información, el ponente opina que el Código Deontológico, en su artículo 5.a, establece la obligación del periodista de evitar nombrar en sus informaciones a los familiares de las personas acusadas ... salvo que su mención fuese necesaria para que la información sea completa y equitativa. Sin embargo, “los elementos que la Sra. Llorca introduce en el texto, sin contraste previo y con inclusión del marido son entre otros, *preverificación* y *corrupción*, sin matices, cautelas ni reservas alguna de

presunción de inocencia”. Y lo hace en varias ocasiones sin que esa reiteración aparezca como necesaria, pues “la mención del esposo repetida en la noticia nada añade ni quita a la conducta criticada de la Sra. Morell, que es el personaje público cuya actuación es objeto de lícito escrutinio por la periodista”, concluye.

A la vista de los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología considera que D^a Isabel Llorca, en su artículo publicado en *Crónica de Oliva* y *Cronicadelafor.com*:

- a) **No ha vulnerado el art. 2** del Código Deontológico de la FAPE, sobre el compromiso de respeto a la verdad.
- b) **Ha vulnerado el art. 5** del Código Deontológico de la FAPE, al imputar a la Sra. Morell –sin matiz ni reserva alguna- conductas tipificadas como delito.
- c) **Ha vulnerado el art. 13.a** del Código Deontológico de la FAPE, al no contrastar previamente con las personas afectadas las informaciones difundidas, y no dar oportunidad bastante de rectificación.
- d) **Ha vulnerado el art. 5.a** del Código Deontológico de la FAPE, al reiterar la mención de un familiar cercano a la persona pública sin que esa referencia resultara necesaria para la integridad o equidad de la información.

- **Resolución 2014/100 (3 de Diciembre)** *Sobre una queja formulada por el Director de Comunicación de la Consejería de Sanidad y Asuntos Sociales de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha, contra la cadena de televisión La Sexta por una información relativa a la actuación de la Consejería respecto a la familia de un menor dependiente fallecido.*

El Director de Comunicación de la Consejería de Sanidad y Asuntos Sociales de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha solicita a la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología apertura de expediente disciplinario a La Sexta TV por una información relativa a la actuación de la Consejería con respecto a la familia de un menor dependiente fallecido emitida el 27 de septiembre de 2014.

Acuerdo: Estimatorio por vulnerar los artículos 2 y 13 de Código Deontológico de la FAPE.

Comentario personal: Última de las Resoluciones analizadas. No es la primera vez que La Sexta es denunciada ante la Comisión de Quejas de la FAPE por vulneración deontológica en la elaboración de piezas informativas. El hecho que se denuncia en esta ocasión es que en la elaboración de la noticia emitida por La Sexta no se ha tenido en cuenta la versión del demandante (la Consejería de Sanidad y Asuntos Sociales) a pesar de haber facilitado los datos, con lo cual ni se han contrastado las fuentes ni se ha querido recoger la versión del afectado. Todo parece indicar que, como la Junta rechazó conceder una entrevista sobre el tema de la noticia, tal como le solicitó La Sexta, el medio actuó con agravio la desatención del organismo oficial. Sin embargo, aunque los medios han de respetar siempre las decisiones de las fuentes y no responder nunca de manera revanchista, pues su papel no es la de jueces, sino la de periodistas que deben limitarse a ofrecer la información

con arreglo a los cánones deontológicos y a lo determinado en su código ético, la ponencia llama la atención a la Junta por su forma de actuar con respecto a La Sexta, tanto en este caso como en otros anteriores.

Extracto de la Resolución: La noticia recoge el testimonio de la Plataforma de Defensa de la Ley de Dependencia en Castilla-La Mancha, en el que responsabiliza a la Junta de Castilla-La Mancha de obligar a la madre de un dependiente fallecido a la devolución de una ayuda para comprar una silla de ruedas y que había destinado a sufragar los gastos de la incineración del cadáver de su hijo fallecido. La Junta aclaró que ese tipo de ayudas son finalistas por imperativo legal y, en consecuencia, el dinero no podía ser aplicado a un propósito distinto, motivo por el cual debía ser devuelto. Sin embargo, conocida la circunstancia de que la madre carecía de recursos económicos, se comprometió a otorgarle, con carácter inmediato, una ayuda de emergencia para sufragar la incineración. Dicha aclaración fue recogida por la Agencia EFE en un teletipo de fecha 23 de septiembre de 2014. Sin embargo, La Sexta, en la noticia difundida el 27 de septiembre, sólo recoge la versión de la Plataforma, sin hacer mención alguna a la aclaración de la Junta.

Por ese motivo, el demandante opina que La Sexta ha vulnerado los artículos 2 (el primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad) y 13.a (deber de contrastar las fuentes y de dar la oportunidad a la persona afectada de ofrecer su propia versión de los hechos).

Por parte de La Sexta, en su descarga aduce que una redactora de la cadena televisiva se dirigió telefónicamente a la Junta con fecha 25 de septiembre para solicitar una entrevista, la cual fue denegada, y en su lugar le fue remitido el teletipo de la Agencia EFE. También indican que en el montaje de la noticia se “introdujo un rótulo informativo con un párrafo con la versión de la Consejería mencionada”.

Una vez analizadas las pruebas y documentos, el ponente aprecia, en primer lugar, que en la pieza informativa no aparece dicho rótulo con la versión de la Consejería: “no consta que La Sexta haya dado relevancia informativa a lo alegado por la Junta, por lo que ha faltado a la verdad y en consecuencia ha infringido el punto 2 del Código Deontológico, que se desarrolla con carácter general en el 13”. Y en segundo lugar, “no está acreditado, en cambio, que específicamente se haya infringido el punto 13.a del Código Deontológico”, pues La Sexta, al pedir telefónicamente una entrevista para obtener de primera mano la verdad de los hechos, está cumpliendo con lo dispuesto con el artículo 13.a, en cuanto a que el periodista *deberá fundamentar las informaciones que difunda, lo que incluye el deber de contrastar las fuentes y el de dar la oportunidad a la persona afectada de ofrecer su propia versión de los hechos.*

Por otra parte, ante los motivos que han llevado a esta demanda, el ponente no ha querido dejar pasar la oportunidad de expresar en la Resolución su réplica al comportamiento de ambos actores. Pues, tal como señala, “en este contexto, no es razonable ni que la Junta no conceda una entrevista a La Sexta, ni contestar a la petición con un teletipo de Agencia; ni tampoco que La Sexta haga caso omiso del contenido de dicho teletipo”. También le parece poco razonable al titular de la ponencia que la Junta acuda directamente a la Comisión de Quejas, sin haber instado antes a La Sexta a la rectificación de la información, pues “difícilmente un tercero podrá resolver adecuadamente conflictos de ningún tipo entre las partes, cuando éstas no han dado previamente suficientes oportunidades al diálogo”, matiza.

El ponente, ante este conflicto concreto, aboga por que exista una voluntad de diálogo entre las instituciones públicas y los medios de comunicación como principio elemental de convivencia en una sociedad democrática. Y puesto que no es la primera vez que la Comisión de Quejas ha tenido que intervenir en un conflicto entre la Junta y La Sexta, donde “se hace

patente una dinámica de confrontación”, ésta “podría y debería superarse con el diálogo, máxime cuando sobre todo las instituciones del Estado, pero también los medios de comunicación, desempeñan funciones que afectan directamente al interés general”. La Comisión recuerda a las partes que todo código deontológico es por definición un código ético, y que las exigencias éticas y deontológicas recogidas en el Código de la FAPE son predicables tanto para los medios y periodistas, como para las instituciones políticas y administrativas.

A la vista de los razonamientos de la Ponencia, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología aprecia que se ha producido por parte de La Sexta una **infracción de lo dispuesto en los puntos 2** (respeto a la verdad) y **13** (informar sólo de los hechos de los cuales conozca su origen, sin falsificar documentos ni omitir informaciones esenciales). Sin embargo, **no se ha infringido específicamente el apartado 13.a** (contrastar las fuentes y dar oportunidad a la persona afectada de ofrecer su propia versión de los hechos).

Capítulo XIV

ANÁLISIS COMPARATIVO SOBRE LA VARIACIÓN DE LOS CRITERIOS APLICADOS (2005-2014)

Durante estos 10 años, los que van de 2005 a 2014, la Comisión ha ido variando su criterio sobre algunos aspectos importantes, tanto desde el punto de vista doctrinal como formal. Cuestión que el lector tendrá ocasión de conocer a través del comentario personal que hemos insertado en cada una de las Resoluciones presentadas en el capítulo correspondiente al análisis cualitativo (Cap. XIII). Sin embargo, a modo de compendio, mostramos una clasificación con aquellas cuestiones que más nos han llamado la atención y creemos conveniente destacar, bien porque entran en contradicción con otros dictámenes, porque rompen la línea doctrinal llevada a cabo por la Comisión o porque suponen un freno para la participación de los ciudadanos en la autorregulación. Aspectos que hemos recogido y ordenado en distintos apartados de este capítulo con los siguientes enunciados:

- Sobre la falta de legitimidad de quien presenta la queja
- Sobre los sujetos demandados
- Sobre los artículos de opinión
- Sobre la identificación de los ponentes y el voto particular
- Sobre desestimaciones singulares
- Sobre los Informes/Resoluciones
- Comparativa con otros órganos autorreguladores

14.1. Sobre la falta de legitimidad

La primera cuestión destacable la encontramos en la justificación empleada para inadmitir un número nada despreciable de quejas. Son las que se desestiman por falta de legitimidad del demandante. Según el artículo 9 del

Reglamento de la Comisión, sólo pueden ser tramitadas las demandas formuladas por los afectados directos por una información periodística, lo que impide que cualquier organismo o ciudadano pueda denunciar una mala práctica periodística y solicitar la apertura de expediente deontológico ante la Comisión de Quejas si no es el afectado. Esto dificulta bastante el necesario compromiso participativo de la sociedad que tanto reclama la autorregulación³¹¹. La propia Comisión se presenta como un órgano de autocontrol cuya finalidad es la de promover la deontología de la actividad periodística y garantizar el cumplimiento del Código Deontológico de la FAPE³¹². Sin embargo, limitando la capacidad de quienes pueden presentar las demandas, lo único que se consigue es reducir la efectividad del órgano supervisor y del fin que se persigue.

Por falta de legitimidad de quien presenta la demanda se han rechazado un total de 9 Resoluciones, aunque, como veremos, no siempre se ha actuado con el mismo criterio:

- **Resolución 2007/15 (18 de Octubre)** Presentada por Antoni F. L. contra el diario *Qué!* por vulneración el artículo 7 del Código Deontológico al utilizar la nacionalidad de los protagonistas en una noticia publicada el 10 de julio de 2007. Como el solicitante no guarda relación con el hecho denunciado, la Comisión acuerda “no admitir a trámite la solicitud”.
- **Resolución 2007/16 (18 de Octubre)** Presentada por Antoni F. L. contra el diario *Qué!* por vulnerar el artículo 7 del Código Deontológico al utilizar la nacionalidad de los protagonistas en una

³¹¹ Sobre la participación y el papel del público en la autorregulación deontológica, véase el capítulo IV de este trabajo.

³¹² Así consta en el Preámbulo del Reglamento de la Comisión: “La Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo, se constituyó (...) como órgano de autocontrol deontológico interno de la profesión periodística, en orden a favorecer y promover el arbitraje, la mediación, el entendimiento y la recomendación de peticiones de disculpas u otros para, actuando como autoridad moral otorgada explícitamente por las asociaciones de la prensa y los periodistas en ellas afiliados, velar por el mejor fin y garantizar el cumplimiento del Código Deontológico de la Federación”.

noticia publicada el 25 de mayo de 2007. Al igual que en la anterior, al repetirse las mismas circunstancias, la Comisión aplica los mismos razonamientos para inadmitir la queja.

- **Resolución 2007/17 (18 de Octubre)** Presentada por Antoni F. L. contra el diario *20 Minutos* por vulnerar los artículos 2 y 7 del código Deontológico al utilizar el término ilegal en una noticia publicada el 9 de julio de 2007. Se repiten las mismas circunstancias que las dos Resoluciones anteriores.
- **Resolución 2009/31 (4 de Marzo)** Presentada por Antonio Méndez Rego contra el periodista Carlos Dávila por unas manifestaciones contra la dignidad del doctor Montes, realizadas en el programa “La Espuela” de Radio Intereconomía el 14 de octubre de 2008. Como el demandante no es parte afectada, porque no guarda relación con el hecho denunciado, la Comisión acuerda “no admitir a trámite la queja”.
- **Resolución 2010/39 (6 de Abril)** Presenta por la Asociación Globalízate contra el diario *El Mundo* por publicar información no veraz de varias noticias sobre el 11M en las ediciones del 9 y 11 de marzo de 2009. La Comisión entiende que la demanda carece de viabilidad por falta de legitimidad activa de quien presenta la queja y, por tanto, acuerda “declarar inadmisibile la reclamación”.
- **Resolución 2010/40 (6 de Abril)** Presentada por la Asociación Globalízate contra Telemadrid por omitir información sobre las causas que originan la desaparición de reptiles y anfibios en Europa en una noticia emitida en el informativo TN1 el 22 de mayo de 2009. Al repetirse las mismas circunstancias que en el caso anterior, la Comisión aplica los mismos razonamientos para inadmitir la reclamación.

- **Resolución 2010/41 (6 de Abril)** Presentada por la Asociación Globalízate contra *Libertad Digital* por manipular los datos de una información sobre el calentamiento global y el cambio climático publicada el 27 de agosto de 2009. Al igual que las dos anteriores, presentadas por la misma asociación, la Comisión repite los argumentos para inadmitir la queja.
- **Resolución 2010/45 (6 de Mayo)** Presentada por Íñigo Corral Lozano contra los periodistas Rosalinda Moreno, Carlos Dávila y Javier Ruiz en relación a diversas informaciones publicadas en *La Gaceta* los días 8, 11, 12 y 19 de noviembre de 2009, que relacionan a la Presidenta del Tribunal Constitucional y su marido con la familia de Karmelo Landa, destacado dirigente del partido ilegalizado Herri Batasuna. Como quien presenta la queja actúa en nombre propio y no como representante de la Presidenta del Tribunal Constitucional, la Comisión considera que el demandante no está legitimado y, por tanto, acuerda “declarar la inadmisibilidad de la reclamación”.
- **Resolución 2011/57 (Diciembre)** Presentada por Carlos Alonso de Caso, del Comité de Empresa de Telemadrid, contra los periodistas Agustín de Grado y Pablo Osa por una información sobre las negociaciones del Gobierno con ETA emitida en el Telenoticias de Telemadrid el 30 de marzo de 2011. Para la Comisión la demanda carece de viabilidad por falta de legitimación activa de quien presenta la queja, en consecuencia, acuerda “declarar la inadmisibilidad de la reclamación”. En cambio, en la **Resolución 2008/22 (6 de Marzo)**, presentada también por el Comité de Empresa de Telemadrid contra Telemadrid, por la emisión de un reportaje grabado con cámara oculta y emitido en los informativos de la cadena el 14 de enero de 2008, a pesar de que el demandado presentó escrito de oposición en el sentido de cuestionar la

legitimidad del Comité de Empresa para solicitar apertura de expediente deontológico contra Telemadrid, y de cuestionar la competencia de la Comisión para enjuiciar decisiones empresariales (pues según el Reglamento de la Comisión sólo puede actuar sobre conductas de periodistas en el ejercicio de su actividad), el Ponente rechazó las alegaciones y resolvió sobre el fondo de la queja. Indicar que el acuerdo de la Resolución fue estimatorio, al conculcar los artículos 2 y 13.c del Código Deontológico.

Según hemos podido comprobar, a partir de 2012 la Comisión ya no recurre a la figura de la legitimidad para rechazar ninguna queja. Y en las posteriores Resoluciones ésta deja de ser motivo de desestimación o inadmisión. Sin embargo, el nuevo Reglamento de la Comisión, aprobado a finales de noviembre de 2013, tampoco amplía la posibilidad de que cualquier sujeto pueda presentar una queja sin necesidad de ser el afectado. Más bien parece quedarse a mitad de camino. Porque el nuevo artículo incorporado, el 9.3 del Reglamento, lo deja al arbitrio de la propia Comisión. “Excepcionalmente la Comisión Arbitral podrá admitir a trámite las quejas que, aun siendo formuladas por quien no esté directamente afectado, trate de supuestos de alarma o escándalo social” (art.9.3). Posibilita la admisión de ciertas quejas formuladas por quienes no están directamente afectados, pero en modo alguno resuelve el escollo.

En ese sentido, el ponente de una de las Resoluciones, en concreto la 2010/45 (6 de mayo), ya dejó claro en su momento el problema que planteaba la inadmisión de demandas por falta de legitimidad. En la misma, hace constar que “la no admisibilidad [de la queja por falta de legitimidad del demandante] no puede ser entendida en ningún caso como exculpatoria de unas presuntas responsabilidades éticas que, de no haberse incurrido en causa formal de inadmisibilidad, deberían haber sido investigadas y valoradas”. Y finaliza

diciendo que de no ser por la existencia de esta figura (la de la legitimidad del interesado) “el caso que nos ocupa muy probablemente habría tenido una resolución diferente”³¹³. A juicio de este ponente (del que no aparece su nombre), se debería permitir que cualquier persona, aunque no tenga la consideración de afectado, pueda presentar reclamaciones sobre vulneraciones deontológicas con el fin de que situaciones presuntamente infractoras sean, al menos, admitidas a trámite para poder ser investigadas y valoradas. Sin embargo, la modificación del Reglamento de noviembre de 2013, como hemos visto, no lo contempla tan abiertamente.

14.2. Sobre los sujetos demandados

Otra cuestión que consideramos relevante es la referente a la responsabilidad de quien comete la infracción deontológica. La Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología se presenta como un órgano de autocontrol, una autoridad moral, para velar por el cumplimiento del Código Deontológico de la FAPE. Lo que significa que actúa contra los incumplimientos deontológicos cometidos por los profesionales y no contra los medios, aunque estos son quienes permiten, con su publicación o emisión, los contenidos denunciados. Es decir, el reproche o la reprobación se centra sobre los periodistas y no contra las empresas³¹⁴. A nuestro juicio, salvo contadas excepciones, la responsabilidad debería recaer tanto en los profesionales como en los medios donde se produce la infracción deontológica, ya que tanto unos

³¹³ Todas las Resoluciones están analizadas y comentadas en el Cap. XIII de este trabajo.

³¹⁴ Una demostración de que la Comisión actúa contra los profesionales y no contra las empresas la tenemos en la Resolución 2006/7 (8 de Junio) sobre el tratamiento informativo de la periodista Lydia Lozano en varias tertulias de Telecinco respecto a la hija desaparecida del cantante Al-Bano. En ella, se estima que la profesional infringió varios preceptos deontológicos. Sin embargo, a pesar de que la queja solicitaba requerir también a Telecinco para que en el futuro no volviera a incurrir en tales prácticas, la Comisión argumentó lo siguiente: “a tenor del Código Deontológico de la FAPE y del Reglamento de la propia Comisión de Quejas y Deontología, se estima que no procede abrir diligencias al respecto [sobre Telecinco] –y continúa diciendo– que la función de la Comisión, de acuerdo con el art. 1.1 de su Reglamento, radica específicamente en *cuestiones de deontología y ética periodísticas* y el art. 9.1 las concreta en *conducta de periodistas*”. Ante lo cual, para la Comisión “el concreto y privativo cometido de los artículos citados no permite entrar a señalar si se ha producido o no una infracción de estas normas deontológicas”. Y señala que “de atender la petición planteada por el solicitante la Comisión se estaría extralimitando en sus funciones. En consecuencia, se acuerda: declarar la incompetencia de esta Comisión para resolver la cuestión requerida, en relación con la cadena de televisión Telecinco” (Véase en el Cap. XIII de este trabajo).

como otros son corresponsables de la actividad periodística. Es más, si los medios exigieran a sus profesionales mayores cotas deontológicas, seguramente las infracciones se reducirían notablemente.

Sin embargo, según hemos podido constatar, el criterio de la Comisión no siempre se cumple, ya que en la mayoría de los casos, sobre todo los que se refieren a la prensa escrita, la “condena” va dirigida al medio³¹⁵. No obstante, nos parece importante destacar aquellas Resoluciones donde se actúa sólo contra los profesionales y no se extiende la responsabilidad también a los medios por difundir los contenidos infractores:

- **Resolución 2006/7 (8 de Junio)** *Sobre el tratamiento informativo de la supuesta supervivencia de Ylenia Carrisi, hija del cantante Al-Bano, efectuada por Doña Lydia Lozano en la emisora de televisión Telecinco.* En este caso, el contenido de la Resolución critica duramente la actuación de la periodista Lydia Lozano por defender durante meses informaciones no veraces sobre el paradero de la hija de Al Bano, a pesar de ser advertida por muchas personas implicadas en el caso de su error. Sin embargo, a la cadena Telecinco, que durante todo ese tiempo le permitió asistir como contertulia a sus programas del corazón, ni siquiera es amonestada.
- **Resolución 2006/8 (5 de Octubre)** *Sobre la emisión de un reportaje televisivo denominado “Falsas bajas” emitido en el programa “Siete días, siete noches” de la cadena de Televisión Antena 3.* En la Resolución queda clara la manipulación de los contenidos del reportaje emitido, así como el incumplimiento de varios preceptos deontológicos. En cambio, sólo se actúa contra dos periodistas como responsables del reportaje y ni siquiera nombra a Antena 3, que es el medio que lo emitió.

³¹⁵ Véase Cap. XII de este trabajo.

- **Resolución 2007/10 (28 de Febrero)** *Sobre violación del respeto al derecho de las personas a su propia intimidad;* y **Resolución 2007/11 (28 de Febrero)** *Sobre violación del respeto al derecho de las personas a su propia intimidad.* En ambas Resoluciones las quejas se dirigen a los comentaristas y directores de sendos programas de televisión de tertulia “rosa o del corazón”. Sin embargo, en ninguno de los dos casos se menciona la responsabilidad deontológica que pudieran tener las cadenas de televisión (Telecinco y Antena 3) por emitir este tipo de programas donde se desvelan las miserias de los invitados. La otra cuestión importante a destacar, es que la Comisión rechazó, en ambos casos, la solicitud de apertura de expediente deontológico formulada por la demandante, al considerar que ésta ha participado en diversos programas de este tipo, donde se exponen al público aspectos de su vida privada a cambio de una retribución económica, lo que a juicio de la Comisión, supone una renuncia al derecho a la intimidad, y por tanto, “difícilmente se puede vulnerar tal derecho y en consecuencia las normas deontológicas que protegen tal derecho”.
- **Resolución 2007/18 (18 de Octubre)** *Sobre valoración de conductas profesionales en relación con las acusaciones realizadas por D. Federico Jiménez Losantos a los profesionales de la Agencia EFE;* y **Resolución 2009/37 (15 de Julio)** *Sobre afirmaciones que descalifican el trabajo de los periodistas de una agencia informativa.* En ambos casos el demandado es Federico Jiménez Losantos, director y conductor de “La mañana de Cope”, por los comentarios hechos contra los profesionales de la Agencia EFE. Sin embargo, a pesar de que se trata del locutor estrella de la COPE, en ningún momento se menciona la responsabilidad de la Cadena radiofónica.

- **Resolución 2008/22 (6 de Marzo)** *Sobre el compromiso ético a la verdad, en relación con un reportaje emitido por Telemadrid.* Aunque la queja de la demanda va sólo contra Telemadrid, en el acuerdo de la Resolución se especifica que el autor y los responsables de la emisión del reportaje de Telemadrid, conculcan repetidamente los artículos 2 y el 13.c del Código Deontológico. Es posible que en el criterio de la Comisión pesasen las alegaciones de los responsables de Telemadrid, cuyo contenido venía a cuestionar tanto la legitimidad de quien presenta la queja (el Comité de Empresa), como la competencia de la Comisión para enjuiciar decisiones empresariales (recordar lo dispuesto en el Reglamento de la Comisión, en el sentido de que sólo actúa sobre conductas de periodistas en el ejercicio de su actividad).
- **Resolución 2010/43 (6 de Abril)** *Sobre información que puede perjudicar a los menores en relación con una información sobre la píldora postcoital.* Aunque se refiere a un programa emitido en Telemadrid, sólo se juzga la actuación de su presentador, el periodista José Antonio Ovies. Significar que en este caso, la Comisión no encontró vulneración deontológica.
- **Resolución 2011/53 (12 de Abril)** *Sobre el uso de material informativo engañoso o deformado.* Se refiere a un reportaje realizado por Canal Mundo TV y emitido por Antena 3. En este caso sólo se recrimina la conducta de una periodista y de Canal Mundo TV y, sin embargo, no se pronuncia sobre Antena 3 que es quien lo emite.
- **Resolución 2012/65 (Junio)** *Expediente abierto contra el diario El Comercio de Gijón.* El enunciado puede conducir a error, puesto que sólo se pronuncia sobre la actuación del periodista Daniel Rodríguez González, sin que *El Comercio de Gijón* sea aludido en el acuerdo de la Resolución.

- **Resolución 2014/94 (28 de Mayo)** *Sobre la vulneración del principio de veracidad.* Se trata del programa “Operación Palace” de Jordi Évole y emitido por La Sexta el 23 de febrero de 2014. Con independencia de que la Comisión considera que es un programa que queda fuera del ámbito periodístico y, por tanto, no debe someterse a sus principios deontológicos, en la Resolución en ningún momento se menciona a la cadena de televisión que lo emitió.

Como hemos visto en estas 9 Resoluciones referente a los sujetos demandados, la Comisión sólo condena la actuación de los profesionales y no a los medios donde se han producido las infracciones. A nuestro juicio, siempre que se comete un incumplimiento de la norma deontológica, el reproche debería ir tanto a los profesionales como a los medios, pues existe una responsabilidad en cascada que los hace corresponsables de lo que publiquen o difundan. Las empresas de medios están obligadas moralmente a exigir un mayor cumplimiento de los códigos deontológicos, tanto a sus profesionales como a ellas mismas. Si eso se cumpliera, seguro que las infracciones se rebajarían de forma sustancial.

14.3. Sobre los artículos de opinión

La siguiente cuestión es la referente a los artículos de opinión. El criterio aplicado por la Comisión es el de no entrar a juzgar este tipo de género periodístico. El argumento seguido es que las opiniones no pueden ser evaluadas con referencia a una norma deontológica “porque escapan de su ámbito de aplicación”³¹⁶. Sin embargo, existen excepciones a esta norma. Tal como se desprende de las Resoluciones analizadas, cuando la Comisión

³¹⁶ En la Resolución 2007/14, respecto a un artículo de opinión titulado “El friquismo, una nueva forma de vida”, la Comisión acordó no admitir a trámite la queja puesto que, según el ponente, “los extremos críticos del artículo [por ser de opinión] no pueden ser evaluados con referencia a una norma deontológica, porque escapan a su ámbito de aplicación. Se podrán hacer valoraciones sobre la conformidad o disconformidad con los contenidos, pero no cabe plantearse valoración bajo los criterios de la ética”. (Véase en el Cap. XIII).

aprecia que en una pieza de opinión se utilizan expresiones ofensivas o vejatorias contra alguien, no sólo entra a valorar la actuación de su autor, sino que, en esos casos, se estima la queja y se condena su actuación con arreglo al Código Deontológico.

En la siguiente relación presentamos todas las Resoluciones sobre artículos de opinión y su respuesta en cada una de ellas, en la que se puede apreciar la postura de la Comisión según la gravedad de los hechos denunciados. Así, podemos ver desde quejas que son desestimadas o no admitidas a trámite, hasta aquellas que vulneran varios preceptos deontológicos.

- **Resolución 2007/13 (18 de Octubre)** *Sobre el derecho a rectificar.* La queja se presenta sobre el director del periódico *Boletín Tricantino* por negarse a rectificar un editorial publicado en ese medio el 23 de mayo de 2007. A pesar de que en sus alegaciones el demandado manifiesta que se trata de un artículo de opinión en el que, por tanto, le asiste el derecho a la libertad de expresión y a la libre crítica, la Comisión aprecia un claro objetivo en su contenido: insultar gravemente al demandante, tanto por los términos utilizados como por el contexto. Así se constata también desde el momento en que, además, se le negara a la persona afectada su derecho a réplica. Para la Comisión, esta actuación conculca los artículos 7.c y 13.c del Código Deontológico de la FAPE.
- **Resolución 2007/14 (18 de Octubre)** *Sobre el respeto a la verdad y el respeto a los derechos de los más débiles.* La queja se presenta contra la periodista Sara Gallardo, autora del artículo “El frikismo, una nueva forma de vida” publicado en la revista *El Escaparate de Sevilla*. En este caso el acuerdo es desestimatorio a la petición del demandante, al considerar la Comisión que el artículo se corresponde con los denominados de opinión y, con independencia de que se pueda estar

de acuerdo o no con su parecer, la autora se ciñe a lo que le es propio a un espacio de esa naturaleza.

- **Resolución 2009/34 (15 de Julio)** *Sobre la discriminación del colectivo autista en un programa del doctor Luís Madera y Federico Jiménez Losantos en la Cadena COPE.* La queja va dirigida contra ambos profesionales por los comentarios en un microespacio dedicado al autismo dentro del programa “La mañana de Cope” de 5 de mayo de 2009. Para las demandantes (dos madres de hijos autistas) algunas de las expresiones utilizadas constituyen un menoscabo a la dignidad de este tipo de personas. Sin embargo, para la Comisión, una vez analizados los documentos sonoros, recomienda a los demandantes que la reclamación la dirijan a la Cadena COPE y a los responsables del programa, y entiende que no debe entrar a juzgar las opiniones vertidas en un espacio de divulgación médica, en el que, además, sus afirmaciones no van dirigidas contra dicho colectivo.
- **Resolución 2009/35 (15 de Julio)** *Sobre la discriminación al colectivo autista en un artículo del escritor Rafael Argullol en El País.* La queja se presenta porque en dicho artículo su autor emplea la palabra “autista” para describir el estado anímico en el que se encuentran los jóvenes en general. Al igual que en la Resolución anterior, la Comisión no cree que deba entrar a juzgar el mal uso de determinados términos en un artículo de opinión, cuando, además, no van dirigidos expresamente contra el colectivo autista. No obstante, recomienda que la queja se haga llegar tanto al medio como al autor del artículo.
- **Resolución 2009/36 (15 de Julio)** *Sobre afirmaciones presuntamente difamatorias en relación de la labor de los periodistas de una agencia informativa.* La queja es formulada por el Consejo de Redacción de la

Agencia EFE contra la periodista Pilar Urbano por unos comentarios sobre EFE en dos actos públicos celebrados en Santander y Palma de Mallorca. En este caso, la demandante alega que en los actos que se citan objeto de denuncia, intervino en calidad de escritora, presentando al público una de sus obras, y no como periodista. Motivo por el cual invoca la “excepción de falta de legitimación pasiva”. En consecuencia, como la Comisión entiende que para que pueda intervenir es necesario que los hechos se hayan producido en la actividad periodística y por periodistas en el ejercicio de su profesión, y que la señora Urbano realiza sus comentarios en sendos actos cuyo objeto es la presentación y promoción de un libro de la que es autora, estima la excepción de falta de legitimación pasiva, y acuerda “no proceder a efectuar pronunciamiento alguno sobre las cuestiones formuladas en la denuncia”.

- **Resolución 2010/49 (26 de Octubre)** *Sobre el derecho a la libertad de expresión en relación con declaraciones realizadas por Fernando González Urbaneja sobre la práctica del periodismo.* Dieciséis periodistas de Telecinco se sienten ofendidos por unas declaraciones del presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid respecto al tipo de periodismo que se hace en ese medio de comunicación. En la resolución queda claro que las manifestaciones de González Urbaneja son opiniones realizadas a título personal y, por tanto, avaladas por la libertad de expresión y por el artículo 17 del Código Deontológico, el cual señala que “el periodista establecerá siempre una clara e inequívoca distinción entre los hechos que narra y lo que pueden ser opiniones, interpretaciones o conjeturas, aunque en el ejercicio de su actividad profesional no está obligado a ser neutral”.

En consecuencia, no puede considerarse que exista vulneración de las normas deontológicas.

- **Resolución 2011/54 (Diciembre)** *Artículo de prensa al que se le imputa un concreto contenido informativo falso.* La queja se presenta contra el periodista Patxi Zamora por un artículo publicado en *Diario de Noticias* de Navarra en el que hace un repaso sobre los avatares de la vida política de esa región a lo largo de los años. Sin embargo, para la Comisión, como se trata de un relato cuyas opiniones no vulneran las normas deontológicas de la profesión, desestima la demanda al no encontrar en el artículo contenido alguno reprochable.
- **Resolución 2012/67 (Noviembre)** *Acerca de diversos compromisos éticos del periodista y de modo especial sobre la obligación de evitar expresiones o testimonios vejatorios o lesivos para la condición personal de los individuos.* La queja va dirigida contra el periodista V.J. Hernández Bru, por varios artículos publicados en el periódico *Ideal* de Almería y su blog personal. A pesar de que se trata de un artículo de opinión, la Comisión deja claro que el periodista ha utilizado su condición y la de un medio de comunicación para dirimir cuestiones personales, con la intención clara de dañar la imagen pública de los médicos y del servicio de urgencias del Hospital Torrecárdenas de Almería. Con lo cual, en este caso, la Comisión estima que se han vulnerado los artículos 3, 4 y 13.a del Código Deontológico.
- **Resolución 2013/71 (Marzo)** *Sobre la utilización de material informativo falso, engañoso o deformado y el uso de expresiones vejatorias o lesivas para la condición personal de los individuos.* Éste es uno de los casos curiosos que hemos encontrado donde, a nuestro entender, existe una contradicción entre lo que dice el Preámbulo del Reglamento de la Comisión y el dictamen de la Resolución. En principio, tal como

hemos explicado en el apartado anterior, la Comisión sólo actúa contra los periodistas. Ya hemos puesto de manifiesto que esa decisión es un tanto injusta, puesto que los medios son tan responsables o más que los profesionales de los contenidos que difunden. Sin embargo, en esta Resolución la queja se presenta contra un catedrático universitario, no vinculado a la profesión periodística, autor de dos artículos de opinión publicados en un periódico digital, donde critica la conferencia ofrecida por un colega suyo, en el marco de un Congreso Internacional celebrado en Valladolid. Analizado el contenido de los textos, la Comisión considera que estos “van más allá del derecho a la crítica y a la opinión” al emplear menosprecios y descalificaciones ofensivas, sin ningún elemento de ponderación, y sin otro fin que el de menoscabar el prestigio profesional del demandante. Por tanto, la Comisión entiende que su autor ha conculcado los artículos 7.c (evitar expresiones o testimonios vejatorios), el 13 (el compromiso con la búsqueda de la verdad) y el 17 (diferenciación entre información y opinión). Sin embargo, a nuestro juicio, siguiendo el criterio de la propia Comisión, entendemos que los dos últimos, el 13 y 17, no deberían ser aplicables a los artículos de opinión, cual es el caso, puesto que en ningún momento se presentan como un texto informativo y, por tanto, no están sujetos a las mismas exigencias deontológicas.

Como podemos comprobar en esta relación de Resoluciones correspondientes a artículos de opinión, el hecho de que este tipo de piezas periodísticas no deban ser juzgadas con los mismos criterios deontológicos como si de información se tratara³¹⁷, la Comisión tampoco consiente que bajo

³¹⁷ Ver Resolución 2007/14

el paraguas de la libertad de expresión, que le asiste a toda opinión publicada, se utilicen estos artículos para insultar, vejar o dañar la imagen de alguien. En esos casos su respuesta, como muestran algunas de las 9 Resoluciones presentadas, es contundente y condenatoria.

14.4. Sobre la identificación de los ponentes y el voto particular

Desde el principio, la Comisión parece que no tuvo claro si debía o no identificar a los ponentes de las Resoluciones. Así se desprende del hecho de que en sólo 3 de las 100 Resoluciones emitidas y analizadas, estén identificados los titulares de las Ponencias. Son las siguientes:

- **Resolución 2005/4 (13 de Septiembre)** *Sobre la información aparecida en el diario El Mundo del día 31 de Mayo de 2005, en relación con el terrorismo islamista, en la que aparece la identidad y fotografía de un testigo protegido.* Cuyos ponentes fueron Luís Martí Mingarro y José Sánchez Faba.
- **Resolución 2006/6 (8 de Junio)** *Sobre la información aparecida en diversos medios escritos y digitales, acerca de la detención policial de que fue objeto D. Juan Montes Herrero.* El ponente fue Luís Martí Mingarro.
- **Resolución 2006/7 (8 de Junio)** *Sobre el tratamiento informativo de la supuesta supervivencia de Ylenia Carrisi, hija del cantante Al-Bano, efectuada por Doña Lydia Lozano en la emisora de televisión Telecinco.* En ésta, el ponente fue Manuel Núñez Encabo.

En las dos siguientes sabemos que fue Manuel Parés i Maicas, pero no porque esté identificado como tal, sino porque aparece en la explicación del voto discrepante del ponente.

- **Resolución 2009/32 (4 de Marzo)** *Sobre la utilización del idioma español en los rótulos de los establecimientos;* y **Resolución 2010/42 (6 de Abril)** *Sobre la intromisión en la vida privada durante el transcurso de una entrevista.*

Sobre estas Resoluciones, destacar también que son los dos únicos casos de todos los analizados en los que no existe unanimidad en el acuerdo. En ambas, la Comisión, una vez debatida la propuesta del ponente (Manuel Parés i Maicas), rechazó los razonamientos de la misma y adoptó un acuerdo distinto al que aparecía en la Ponencia. No obstante, las Ponencias quedan unidas a sus respectivas Resoluciones como voto particular.

Según se aprecia por el número de orden y la fecha de las escasas Resoluciones en las que aparecen identificados los ponentes³¹⁸ (de las primeras que se emitieron), lo más seguro es que la Comisión no hubiera reparado en ello y, tras percatarse, decidiera no incluir esta información en sus Resoluciones. No en vano, tras la número 2006/7, ninguna Resolución recoge la identificación de los ponentes.

14.5. Sobre desestimaciones singulares

En este apartado presentamos el caso de dos Resoluciones cuyos acuerdos son, cuanto menos, singulares por lo sorprendente de los argumentos esgrimidos para desestimarlas:

- **Resolución 2005/2 (6 de Junio)** *Sobre la información aparecida en el diario El Mundo del día 31 de Mayo de 2005, en relación con el terrorismo islamista, en la que aparece la identidad y fotografía de un testigo protegido.* En la misma, el Magistrado Juez del juzgado Central de Instrucción nº

³¹⁸ Sólo 3 Resoluciones, concretamente, la 2005/4 (13 de Septiembre), 2006/6 (8 de Junio) y 2006/7 (8 de Junio).

5, Fernando Grande Marlaska solicita la adopción de medidas contra *El Mundo* por publicar una información en la que aparece la identidad y la fotografía de un testigo protegido como consecuencia de la instrucción sumarial seguida por un asunto de terrorismo islamista. En cambio, a pesar de la importancia de la petición, la Resolución es la más breve de todas las que hemos analizado, apenas alcanza el medio folio. Textualmente dice así:

Recibida la petición del Magistrado Juez del Juzgado Central de Instrucción nº 5, Don Fernando Grande Marlaska, mediante carta de fecha de 1 de Junio de 2005, dirigida a la Federación de Asociaciones de la Prensa de España, en la que solicita la adopción de medidas por el Consejo [por esas fechas, la Comisión se denominaba Consejo Deontológico] en relación con el tratamiento informativo sobre terrorismo islamistas, publicado en la edición del día 31 de Mayo de 2.005 (sic) del Diario el Mundo (sic), y especialmente en relación con la publicación de la identidad y fotografías de un testigo protegido, el Consejo en la reunión celebrada en el día de la fecha, ha adoptado el siguiente acuerdo:

1.- Rechazar la apertura de expediente deontológico porque según se deduce de la propia solicitud se van a seguir actuaciones judiciales, lo que impide el pronunciamiento del Consejo en virtud de lo dispuesto en el artículo 9.3 del Reglamento del Consejo³¹⁹.

Destacar que ésta fue la primera Resolución como tal que dictaminó la Comisión, puesto que la 2005/1 se trataba de un Informe Resolución. Por lo que se dice en la misma, parece que la cuestión se resolvió en una reunión sin más, en la que no hay constancia de que existiera ningún instructor o ponente que motivara la decisión tomada. Tres meses después, con fecha 13 de septiembre, la Comisión Permanente del Consejo Deontológico

³¹⁹ Por aquel entonces, el artículo 9.3 del Reglamento decía: “Las solicitudes no se admitirán cuando hayan transcurrido dos meses desde que se produjeron los hechos que den origen a la reclamación o cuando el solicitante haya acudido previamente a otras instancias judiciales o profesionales sobre la misma cuestión”. El 29 de noviembre de 2013 se aprobó un nuevo Reglamento y varió algunos de sus artículos, en concreto el citado 9.3.

solicitó al Pleno del Consejo dictamen sobre si procedía tramitar la solicitud del Magistrado Fernando Grande Marlaska, sobre la información publicada por *El Mundo*. En este caso, el Pleno analizó de nuevo dicha petición mediante la **Resolución 2005/4 (13 de Septiembre)**, con un extenso informe redactado por los ponentes Luís Martí Mingarro y José Sánchez Faba. Significar que el acuerdo tomado fue “rechazar la apertura de expediente deontológico por las razones que constan en el informe de los ponentes”. Pero al menos, en esta ocasión, el Consejo fundamentó ampliamente el acuerdo de la Resolución.

- **Resolución 2008/19 (8 de Enero)** *Sobre le derecho de rectificación*. Se trata de una queja formulada por el Presidente de la corporación RTVE, Luís Fernández, por una información publicada por *El País* que afecta al buen nombre y credibilidad de dicha Corporación. Lo curioso de esta Resolución es que, a pesar de que el ponente califica de poco ejemplar la noticia de *El País*, “desde el punto de vista deontológico y a la luz del artículo 13 del Código de la FAPE”, no se pronuncia al respecto y acuerda no admitir a trámite la queja “por no haber cumplido el reclamante los presupuestos del procedimiento exigidos por la Ley Orgánica 2/1984”. Es decir, la Comisión, a pesar de reconocer que existe mala praxis profesional por parte del periódico, rechaza pronunciarse porque el solicitante no ha cumplido con un derecho legal, como si la aplicación de la norma deontológica dependiera de que previamente se ejecutara la norma jurídica. Parece olvidar en este caso la Comisión que el espíritu de la autorregulación es el de evitar, en la medida de lo posible, los litigios judiciales y no al revés; pues con esta decisión lo que se está obligando es a que el afectado acuda antes al órgano judicial que al deontológico. Y a pesar de que el demandante remitió

una carta al director de *El País* para ofrecer su propia versión, para la Comisión, al no solicitarse explícitamente el derecho de rectificación, interpreta que si no se pidió es porque no se pretendió tal cosa.

Sin embargo, cabe destacar que años más tarde se cambiará de criterio, tal como muestra la **Resolución 2012/60 (Marzo)** *Sobre el respeto al derecho de réplica como deber del periodista de facilitar la adecuada oportunidad de rectificación, sin que los afectados acudan a la vía judicial*. En ella queda claro que cuando un afectado por una noticia envía un escrito aclaratorio a un medio (en este caso se trata del periódico *El Mundo-Baleares*), y con independencia de la modalidad que se utilice, “se está acogiendo claramente al derecho de réplica tal como lo entiende el Código Deontológico de la FAPE”, a tenor de su artículo 13.c: “sin necesidad de que los afectados acudan a la vía judicial, deberá [el periodista] facilitar a las personas físicas o jurídicas la adecuada oportunidad de replicar las inexactitudes”. Lo que significa un cambio total respecto al criterio fijado en la **Resolución 2008/19**.

Tal como hemos visto, se trata de dos casos bastante llamativos y que por su singularidad hemos creído conveniente destacar. En el primero, parece que la propia Comisión se dio cuenta de la “ligereza” con que se había resuelto una queja cuyo contenido precisaba de mayor diligencia por parte del órgano juzgador, prueba de ello es que tres meses después la solicitud volvió a ser revisada; y en el segundo, existe una clara contradicción entre lo que preconiza el órgano autorregulador (evitar los pleitos judiciales) y el argumento del ponente para no admitir la queja (no haber ejercido previamente el reclamante su derecho legal en el órgano jurisdiccional). Respecto a este último caso, destacar que tras esa Resolución hubo un cambio

de criterio por parte de la Comisión en el sentido contrario, es decir, que cualquier afectado pueda solicitar su derecho de réplica o rectificación a un medio sin necesidad de que acuda a la vía judicial, tal como advierte el artículo 13.c del Código Deontológico de la FAPE.

14.6. Sobre los Informes/Resoluciones

Una de las funciones de la Comisión es la de emitir informes sobre cuestiones de deontología profesional, bien a iniciativa propia o a solicitud de cualquier asociación de la FAPE, agrupaciones de periodistas o medios de comunicación, tal como se recoge en el artículo 3 del Reglamento³²⁰. En todos los casos, la estructura que se establece es distinta a la de las Resoluciones sobre expedientes incoados por posibles incumplimientos deontológicos. En los Informes, no se contempla, por ejemplo, la toma de acuerdos por parte de la Comisión, sencillamente porque no se dictamina ni se juzga nada. Se limitan, si acaso, a plasmar recomendaciones o consejos a seguir por parte de los profesionales del periodismo. Es decir, su estructura, como hemos dicho, es la de un informe al uso. Sin embargo, en los 8 Informes emitidos durante estos años, hemos encontrado dos casos que conviene destacar:

- **Informe/Resolución 2007/12 (18 de Noviembre) *Sobre la protección de la imagen de los menores.*** En este caso, su presentación se asemeja más al de una Resolución que al de un Informe. Primero porque el contenido del mismo responde a una denuncia sobre la utilización, por parte de una televisión, de una víctima de un secuestro, menor de edad, para la reconstrucción de los hechos en

³²⁰ Art. 3 del Reglamento: “La Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo realizará las siguientes funciones: 1) Informar y dictaminar sobre cuestiones de Deontología profesional periodística que le sean remitidas por el Patronato de la Fundación, o por la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), por su iniciativa o a solicitud de cualquier asociación de la prensa federada u otras agrupaciones de periodistas o medios de comunicación. Podrá, asimismo, emitir informes y dictámenes cuando sean requeridos por las autoridades públicas e institucionales, así como por propio acuerdo en cuestiones urgentes y de alarma social. 2) Tramitar y resolver los expedientes incoados en relación con posibles incumplimientos del Código Deontológico. 3) Arbitrar y ejercer la mediación en cuestiones que le sean sometidas por las partes como consecuencia de litigios deontológicos”.

un programa. Y segundo, porque, a diferencia de lo que ocurre en el resto de Informes, en este caso existe un pronunciamiento de la Comisión en la que se estima la gravedad de los hechos y los artículos del Código Deontológico infringidos. Todo ello, sin que aparezca la persona u organización que solicita dicho informe. Es algo, cuanto menos, curioso porque no identifica al solicitante y, tanto su encabezamiento como su conclusión, es mas propio de una Resolución.

- **Informe/Resolución 2014/87 (Abril)** *Informe-respuesta a la consulta realizada por la Asociación de la Prensa de La Rioja.* En este caso, lo que destacamos es el tibio pronunciamiento que la Comisión hace sobre una cuestión bastante importante a nuestro juicio. A pesar de que la petición se formula para saber la opinión de la Comisión sobre el hecho de que un partido político no permita acceder a un periodista a una rueda de prensa, la escasa implicación y la moderada respuesta del informe deja bastante que desear. La Comisión, en este caso, no se ha manifestado con la misma energía y contundencia que en otras ocasiones. Es más, después de analizarla, la sensación que da es que trata de lanzar balones fuera en lugar de entrar a defender los derechos de los periodistas en el ejercicio de su profesión.

En el informe se limita a decir que la potestad para permitir el acceso a un acto informativo es de quien lo convoca y, aunque lo deseable sería que no se limitara el acceso a ningún periodista, no es algo que pueda ser exigible. Por otro lado, justifica que la proliferación de medios digitales está planteando nuevos problemas de acreditación (como si los profesionales de este tipo de medios no fueran tan periodistas como los de otros soportes) y también de espacio, por lo que “no a todos se les puede permitir la entrada” señala. Y concluye recomendando que los profesionales de los

digitales se agrupen en un *pool* que los represente y evitar así problemas de acreditación. Sin embargo, esta posibilidad no parece que sea lo más conveniente ni para la pluralidad informativa ni para la actividad periodística, pues, en nuestra opinión, lo que se reduce con este planteamiento es la oferta de medios y de contenidos. También pensamos que la Comisión no entra a valorar otras posibles cuestiones, como es que la “expulsión” del periodista pudiera obedecer a problemas de índole profesional, pues tal como se indica en la consulta remitida por la Asociación de La Rioja, se trata de una persona, que escribe asiduamente en el medio *Rioja2.com*, en su propio *blog* y en su cuenta de *twitter*; mientras que el convocante de la rueda de prensa es un partido político. Quizá el verdadero motivo es que se trata de un periodista “incómodo”, y en ese caso estaría entorpeciendo intencionadamente la labor profesional del periodista que, aunque sea legítimo, creemos que también merecería un reproche por parte del órgano autorregulador.

Como se puede observar, se trata de dos cuestiones totalmente diferentes. Mientras que en el Informe/Resolución *Sobre la protección de la imagen de los menores*, es más una cuestión de forma, puesto que a pesar de tratarse de un Informe, utiliza el formato de una Resolución sin serlo (en ese sentido lo conveniente hubiera sido presentarlo con la estructura que la Comisión emplea para sus Informes); en el Informe/Resolución *Sobre la consulta realizada por la Asociación de la Prensa de La Rioja*, es una cuestión de fondo, al no entrar en el meollo de la cuestión y dar una respuesta tibia sobre un problema de calado (la expulsión de un periodista de una rueda de prensa).

14.7. Comparativa con otros órganos autorreguladores

No podría faltar en este análisis comparativo un contraste de datos con los dos órganos autorreguladores españoles recogidos en este trabajo, en concreto, el *Consell de la Informació de Catalunya* (CIC) y Autocontrol³²¹. Cada uno ellos, con sus características singulares, tienen la similitud de ejercer de entes supervisores de la normativa deontológica de la actividad a la que representan: periodística y publicitaria respectivamente³²². Por tanto, una comparativa entre ellos nos puede proporcionar una visión mucho más amplia sobre el papel que ejerce actualmente como autoridad moral la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE, su capacidad de influencia en la actividad de los medios y, sobre todo, su imagen como órgano autorregulador de la profesión periodística en España.

Ya hemos indicado que en sus diez años de existencia, los que van de 2005 a 2014, la Comisión ha emitido un total de 100 Resoluciones, lo que hace una media anual de 10 dictámenes tramitados. Si nos referimos a la actuación del *Consell de la Informació*, en sus dieciocho años de vida (de 1997 a 2014) ha gestionado 627 quejas y reclamaciones, lo que significa una media de 34 al año. Por su parte, Autocontrol, desde que se constituyó en 1996 y hasta diciembre de 2014, el total de reclamaciones tramitadas ha sido de 2.965, es decir, 156 de media anual³²³.

Estos datos nos ofrecen el volumen de gestión de cada órgano autorregulador a lo largo de su existencia. En una clasificación sobre el número de resoluciones emitidas por cada uno de ellos, quedaría de la siguiente manera (tabla nº 1 en página siguiente).

³²¹ Autocontrol es el nombre con que se conoce a la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial en España.

³²² Estos dos órganos autorreguladores están ampliamente tratados en este trabajo. En concreto, el *Consell de la Informació de Catalunya*, (Cap. VIII); y Autocontrol, (Cap. IX).

³²³ El caso de la PCC, también tratada en el capítulo VII de este trabajo, no tiene parangón. Desde su creación se calcula que el Consejo de Prensa británico ha podido atender más de 80.000 solicitudes; sólo en los cuatro últimos años, de 2010 a 2013 (a fecha de cierre de este trabajo, la PCC aún no había hecho públicos los datos de 2014), ha tramitado 38.447 quejas, una media de 9.611 al año. Estas cifras hacen inviable cualquier comparativa con los Consejos españoles y por eso hemos decidido exceptuar a la PCC de este análisis comparativo.

Tabla nº 1

Órgano Autorregulador	Total Resoluciones	Media anual
Autocontrol de la Publicidad	2.965 (1996-2014)	156,1
<i>Consell de la Informació</i>	627 (1997-2014)	34,8
Comisión de Quejas de la FAPE	100 (2005-2014)	10,0

Los datos son claros, mientras que Autocontrol supera las 156 resoluciones anuales de media, el CIC ronda las 35 y la Comisión se queda en 10. A primera vista, podemos decir que la autorregulación de la actividad publicitaria en España está mucho más consolidada que la periodística a tenor de las cifras, pues mientras la suma de la Comisión y el *Consell* se sitúa en 44,8 resoluciones de media anual, la de Autocontrol alcanza las 156,1, es decir multiplica por 3,5 las de los órganos periodísticos.

Si limitamos el tiempo al periodo 2005-2014, coincidiendo con la existencia de la Comisión de Quejas de la FAPE, los datos comparativos son los que arroja la siguiente tabla (tabla nº 2).

Tabla nº 2

Órgano Autorregulador	Total Resoluciones (2005-2014)	Media anual
Autocontrol de la Publicidad	1.907	190,7
<i>Consell de la Informació</i>	470	47,0
Comisión de Quejas de la FAPE	100	10,0

A pesar de que esta comparativa (tabla nº 2) es más justa, puesto que todos se miden con el mismo espacio de tiempo, las cifras son muy parecidas a las de la tabla nº 1. Mientras que la Comisión y el *Consell* suman 57 resoluciones de media anual, Autocontrol multiplica por 3,3 su media, situándose por encima de las 190.

Y si la comparativa la reducimos a los últimos cinco años, con el objeto de que la Comisión de Quejas esté más asentada y consolidada su actividad, estos serían los datos (tabla nº 3).

Tabla nº 3

Órgano Autorregulador	Total Resoluciones (2010-2014)	Media anual
Autocontrol de la Publicidad	972	194,4
<i>Consell de la Informació</i>	119	23,8
Comisión de Quejas de la FAPE	63	12,6

En este caso la diferencia aumenta considerablemente respecto a las tablas anteriores a favor de Autocontrol. Pues mientras que la suma de la Comisión y el *Consell* alcanza las 36,4 resoluciones de media al año, Autocontrol de la Publicidad supera las 194, cinco veces más, en concreto 5,3.

Por los resultados de estas tablas comparativas, podemos afirmar que la autorregulación en la publicidad funciona notablemente mejor que la periodística y que su margen de diferencia incluso aumenta en los últimos años.

En la siguiente tabla (tabla nº 4) vamos a cotejar los datos de diez años, pero únicamente de los dos órganos del ámbito periodístico, con el fin de obtener una comparativa entre la Comisión de Quejas y el *Consell de la Informació*.

Tabla nº 4

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<i>Consell</i>	66	102	97	43	43	43	24	22	12	18
Comisión	4	4	10	6	13	12	10	8	15	18

14.7.1 Datos sobre la autorregulación en España hoy

A tenor de los datos proporcionados en las tablas comparativas, podemos afirmar que la autorregulación en nuestro país es aceptada por la sociedad española, al menos, en el ámbito de la publicidad. En ese sentido, Autocontrol se ha convertido en un órgano autorregulador de referencia no solo en España, también a nivel internacional. Sus cifras y volumen de gestión así lo confirman: sólo en el último año ha emitido 289 resoluciones sobre quejas y reclamaciones recibidas (Cap. IX), mientras que las alcanzadas entre el *Consell* y la Comisión se quedan en 36 (18 cada uno³²⁴, véase tabla nº 4).

Otro indicador especialmente destacable que demuestra su autoridad moral en el sector publicitario es la implicación de los organismos públicos. Las Administraciones, durante los últimos años, vienen colaborando con Autocontrol, al poner en su conocimiento las controversias que detecta para que sea el propio órgano autorregulador quien las resuelva. En 2014, del total de las reclamaciones presentadas, el 71,6% proceden de consumidores y organizaciones ciudadanas, el 17,9%, de empresas o asociaciones empresariales, y el 10,5%, de administraciones públicas³²⁵. Muestras, más que evidentes, de que la autorregulación, como opción y alternativa a la vía judicial, es aceptada por la sociedad española en su conjunto: ciudadanos, empresas del sector y organismos públicos, al menos, en el ámbito de la actividad publicitaria.

El hecho de que la autorregulación funcione en el sector publicitario no significa que también lo vaya a hacer en el periodístico. Por los datos aportados, el periodismo español no se caracteriza por contar con unos órganos autorreguladores al estilo de Autocontrol (ni mucho menos, pues, de la PCC). Los existentes, el *Consell de la Informació* y la Comisión de Quejas de la FAPE, están muy lejos de representar esa auténtica “autoridad moral” que la

³²⁴ A pesar de que el CIC y la Comisión coinciden en el número de resoluciones emitidas en el último año, hay que tener en cuenta las diferencias de ámbito geográfico y de número de medios que abarcan cada uno de los órganos autorreguladores, que en el caso del CIC es notablemente más reducido.

³²⁵ Datos recogidos y ampliamente comentados en el capítulo IX de este trabajo.

actividad periodística precisa y necesita para conseguir una verdadera autorregulación del sector.

Con independencia de que ambos consejos han sido tratados en profundidad en sendos capítulos en este trabajo³²⁶, la comparativa entre ellos nos muestra que en los últimos años el número de resoluciones de uno y otro tiende a coincidir (véase la tabla nº 4 de este apartado). Sin embargo, si bien es cierto que para la Comisión de Quejas esa tendencia es tibiamente ascendente, para el *Consell de la Informació* es notablemente a la baja (desde 2006, en que alcanzó su máximo histórico con 102 resoluciones, ha venido descendiendo progresivamente hasta 2013 en que emitió sólo 12 resoluciones; el dato de 2014, lo eleva a 18). Es decir, que mientras el papel del *Consell* parece desinflarse, el de la Comisión no acaba de despegar del todo. A pesar de todo, hay que tener las diferencias entre el CIC y la Comisión respecto al ámbito geográfico y al número de medios que abarcan, cuestión que favorece al órgano catalán al tratarse de un territorio más reducido y una cantidad de medios de comunicación menor que el de la FAPE.

14.7.2 Déficits de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología

Cuáles serían los *handicaps* por los que la Comisión de Quejas no se asienta como un órgano de referencia en la autorregulación del periodismo español, a pesar de que está creada y fomentada desde la FAPE, entidad que representa a más de 21.400 periodistas y a 64 asociaciones profesionales, la más importante de España³²⁷. Ésa es una pregunta que a continuación trataremos de dar respuesta tras haber analizado y estudiado detenidamente todas las resoluciones emitidas durante sus diez primeros años de existencia. Un periodo de tiempo suficiente como para que un órgano de estas

³²⁶ El *Consell de la Informació* esta tratado en el capítulo VIII, y la Comisión de Quejas de la FAPE, en el X.

³²⁷ Datos obtenidos de la publicación oficial de la FAPE, *Periodistas*, nº 36 (diciembre de 2014), pp. 59-61.

características estuviera consolidado, o cuando menos fuera más conocido, en el sector al que pretende regular³²⁸.

En primer lugar, es preciso referirnos al apoyo que desde los medios y las empresas de medios se presta a esta iniciativa. Podría parecer que, a tenor de lo sucedido con el *Consell de la Informació*, donde los medios acudieron solícitos a la llamada del órgano catalán para colaborar incluso económicamente en su creación, en este caso también iba a suceder lo mismo. Sin embargo, la realidad fue otra bien distinta. La Comisión de Quejas no sólo se creó sin el apoyo de los medios, sino que nació con un fuerte rechazo por parte de los periódicos más importantes del país, los mismos que, paradójicamente, habían colaborado años antes con el *Consell*³²⁹. Esta contradicción de criterio por parte de las empresas de medios Aznar lo atribuye a “la particular situación de tensión que se ha dado entre los medios de comunicación con sede en Madrid. Y seguramente también en la incapacidad de la FAPE hasta ahora para unir y vertebrar a la profesión periodística con independencia de su pertenencia a uno u otro medio” (Aznar, 1999:145).

Sin embargo, a pesar de los esfuerzos que se están realizando por parte de la FAPE por conseguir el compromiso y la colaboración de los medios, en la actualidad la radiografía es esta: Autocontrol cuenta con 40 medios de comunicación adheridos³³⁰, el *Consell de la Informació* (a pesar de tener una cobertura autonómica), 48³³¹, y la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología, 31³³² (el último en adherirse fue el periódico *El Mundo*, que lo

³²⁸ No estamos hablando de un imposible. Por ejemplo, Autocontrol en sus diez primeros años emitió 1.487 resoluciones, una media de 148,7 al año, lo que la convertía en una auténtica autoridad moral (Cap. IX).

³²⁹ Por ejemplo, *El País* aportó 300.000 pts. de la época, *ABC* y *El Mundo*, 100.000 respectivamente (*La Razón*, en 1997 todavía no existía); y las cadenas radiofónicas COPE, SER y Onda Cero, también aportaron 100.000 pts. cada una (Ver cap. VIII de este trabajo). Para un contraste sobre la colaboración de los medios en el *Consell de la Informació* y la Comisión de Quejas, véase el Cap. X de este trabajo.

³³⁰ Todos los medios adheridos están relacionados en el capítulo IX de este trabajo.

³³¹ La relación de medios adheridos al CIC se puede consultar en el capítulo VIII de este trabajo.

³³² La relación de medios adheridos a la Comisión de la FAPE se puede consultar en el capítulo X de este trabajo. El lector podrá apreciar que, en este caso, todavía faltan muchos medios de referencia por adherirse a la Comisión; por ejemplo, no están: Cadena Cope, Onda Cero, RNE, Grupo Vocento, Mediaset, AtresMedia, TVE...

hizo en enero de 2015). Los datos son concluyentes y hablan por sí solos. Que la Comisión de la FAPE, a pesar de ser el órgano autorregulador que abarca a todo el sector periodístico de España, sea la que menos apoyos tiene por parte de las empresas de medios en comparación con otros órganos autorreguladores, es una losa que pesa mucho en el déficit de la Comisión y que deberá superar si quiere convertirse en el referente deontológico y la autoridad moral que el periodismo español necesita.

En segundo lugar, tiene que ver con los medios materiales e inmateriales con los que cuenta la Comisión para ejercer su cometido. A su favor tiene tres factores de vital importancia, aunque por desgracia no son suficientes. Como aspectos positivos destaca el respaldo a la iniciativa de la mayor organización profesional del país; por ese lado cabe recordar que fue la FAPE la impulsora, contra viento y marea, de este proyecto y, actualmente, su sostenedora. También dispone de los documentos normativos básicos para la regulación deontológica, el Código Deontológico y el Reglamento de funcionamiento de la Comisión. Y, finalmente, recalcar una de las premisas más importantes: la voluntad de trabajar en favor de la autorregulación y la implicación de destacadas personas e instituciones que creen y confían en alcanzar ese objetivo³³³.

Sin embargo, en contra tiene otros tantos aspectos negativos que, a nuestro juicio, sería necesario corregir. La Comisión carece de una infraestructura humana y logística permanente (no dispone de personal con dedicación a tiempo completo al estilo de cualquier Consejo de Prensa de Europa), su predicamento en la sociedad es bastante escaso y su grado de conocimiento en la opinión pública del todo insuficiente. Como consecuencia de ello, no ha sido capaz de generar confianza ni en las organizaciones de

³³³ El hecho de que la FAPE, con más de 21.400 periodistas afiliados y 64 organizaciones profesionales vinculadas, la adhesión a la Fundación que rige la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de 31 empresas de medios, la Academia de Televisión, la Asociación de Usuarios de Televisión y la Asociación de Universidades con Titulaciones de Información y Comunicación (ATIC), con 32 universidades adheridas, apuesten por la autorregulación es un indicador del número de personas e instituciones implicadas (Cap. X).

usuarios y consumidores ni en los organismos públicos, sus escasas intervenciones así lo indica³³⁴. En ese sentido nuestra opinión es que la Comisión debería abrirse más a otros campos como el de la universidad y los profesionales de la ética y la deontología, ampliar su radio de acción y crear órganos territoriales en las distintas comunidades autónomas (dentro de las propias asociaciones federadas en la FAPE) con el fin de aproximar la Comisión a los profesionales, los medios locales y el público (cercanía y proximidad). Esta medida ayudaría a potenciar notablemente su imagen y darse a conocer a la ciudadanía como el órgano autorregulador que es y pretende ser.

En tercer lugar, concluimos los déficits de la Comisión, con el relacionado con el sujeto responsable de la infracción y la publicidad del acuerdo tomado. Desde sus inicios, la Comisión de Quejas tiende a responsabilizar de las vulneraciones deontológicas a quienes la comenten, es decir, a los profesionales y no tanto a los medios donde aparecen. Esa actuación ha hecho que algunos autores la sitúen más próxima a lo que sería una Comisión Deontológica que a un Consejo de Prensa (Aznar, 1999: 147). La diferencia estriba en que mientras los primeros dirigen su actividad supervisora hacia los periodistas, los segundos lo hacen sobre los medios. El caso de la Comisión de la FAPE se enmarcaría entre ambos: es decir, tiene pretensiones de Consejo de Prensa, pero sus actuaciones, a veces, son más propias de las comisiones deontológicas, sobre todo cuando actúan solo contra los profesionales y no lo extienden a los medios, que no son pocos los casos³³⁵.

En este punto, sería necesario que la Comisión de Quejas se planteara la responsabilidad en cascada en el ámbito de la deontología, tal como sucede en el jurídico. En esos casos, la responsabilidad, con independencia de quien

³³⁴ Para ver la nómina de quienes presentan demandas ante la Comisión, ver el capítulo XII de este trabajo.

³³⁵ Para tener un mayor grado de detalle sobre los casos que apuntamos, ver los capítulos XII y XIV de este trabajo.

cometa la infracción, que siempre será un periodista, debería ser compartida por quienes tienen la obligación de supervisar los contenidos emitidos o publicados. Sería también una forma de implicar a los directores y jefes de redacción para que exigiesen a sus redactores el cumplimiento deontológico de la profesión. Así, además de fomentar desde las redacciones la ética periodística, se sería más justo a la hora de señalar a los responsables de su vulneración. No debemos olvidar que los medios, como empresas que son, se responsabilizan de los actos que realizan sus trabajadores en el ejercicio de su profesión.

Por último, creemos que las Resoluciones no sólo deben ser públicas, que lo son³³⁶, también deben darse una mayor difusión para que la opinión pública las conozca. En ese sentido, lo ideal sería que los medios colaborasen a difundir los acuerdos de la Comisión, pero mientras tanto no se consiga, las organizaciones vinculadas a la FAPE deberían, a través de sus publicaciones y webs, dar la mayor difusión posible al respecto, además de aprovechar la oportunidad de aquellos medios que se presten a ello, que siempre los hay. Poco a poco habrá que ir acostumbrando a la profesión a que la autorregulación es reconocer los errores y aceptar las correcciones.

A modo de resumen, podríamos decir que la Comisión, aun reconociendo el fundamental papel que está desarrollando, debería corregir algunos déficits en su funcionamiento con el fin de ser reconocida como una auténtica autoridad moral. Corregir no quiere decir más que mejorar en aquello que ayude a aumentar su prestigio y eficacia. No hay que olvidar que la primera premisa de los órganos autorreguladores es que sean reconocidos como tales y, la segunda, que sus decisiones sean respetadas por todos: profesionales, empresas de medios y público. Creemos que corrigiendo las cuestiones que hemos expuesto ayudará en mucho a conseguirlo. Ése, al menos, ha sido nuestro modesto propósito.

³³⁶ En ese sentido la FAPE tiene publicadas en su web todas las Resoluciones emitidas por la Comisión. Se pueden consultar en <http://www.comisiondequejas.com/Resoluciones/Resoluciones.htm>

CONCLUSIONES

En este punto del trabajo sólo queda por concretar las conclusiones a las que hemos llegado tras la redacción de esta tesis doctoral.

Si **el primer objetivo** que nos habíamos planteado al inicio de la misma, era el de presentar la función socializadora de la ética y su aplicación a la actividad de los medios como fuente de deontología profesional, una vez finalizado este recorrido teórico y práctico por la ética, es preciso resaltar las siguientes conclusiones:

- La ética, al manar de las normas morales que hacen posible la vida en comunidad ente las personas, por el paso del tiempo ha tenido que ir atendiendo nuevos ámbitos de actuación, el más importante: el de las actividades profesionales. Sus normas, fruto del consenso de quienes ejercen una determinada actividad, vienen recogidas en los códigos deontológicos de cada sector profesional. Sin embargo, aunque son vinculantes para quienes han elegido y ejercen una profesión, su eficacia vendrá determinada por el grado de aplicación de las mismas, pues su asunción siempre será voluntaria.
- En el ámbito de la actividad informativa, dado que la materia prima con que trabajan los medios, la información, no pertenece ni a los periodistas ni a las empresas, tal como lo recoge el Código Europeo de la Profesión Periodística³³⁷, sino que ésta pertenece a los ciudadanos, vale decir, por tanto, que el deber ser de la información y de quienes se dedican a ella, no es otro que el de servir al conjunto de la sociedad. Así lo determina, además, la propia DUDH en su artículo 19 al convertir el derecho a la información en un derecho humano, lo que, a juicio del Bel Mallen (1991) convierte al público en el verdadero objeto de la actividad informativa.

³³⁷ Su artículo 15 dice expresamente que “ni los editores o propietarios ni los periodistas deben considerarse dueños de la información”.

- Los medios de comunicación son empresas de servicio público, su labor esta reconocida por la UNESCO como un “bien social”; por tanto están sujetas a las obligaciones que su función social les impone y cuya responsabilidad va más allá de lo estrictamente legal: son empresas que han de tener un plus ético en su actividad diaria. Así, quienes trabajan en ellas, bien directa o indirectamente, deberán conocer y respetar los preceptos deontológicos de la profesión. Sólo de este modo se actuará con criterios racionales y acorde a las normas éticas.
- Los Códigos Deontológicos del Periodismo son el instrumento mediante el cual se plasman los deberes profesionales y se materializan las conductas éticas de la actividad periodística. La función esencial que desempeñan es su contribución a mejorar los niveles de calidad de los contenidos periodísticos y, por extensión, de la actividad de los medios. Equivale a decir que la aplicación de los contenidos deontológicos ayudará al periodista al correcto hacer y a conseguir la excelencia profesional en el ejercicio de su trabajo.
- La deontología, pues, nos ayudará en el desarrollo de la actividad periodística a discernir entre lo que está bien y está mal, entre lo bueno y lo malo, entre lo justo y lo injusto. Y lo hará porque, al estar sustentada por los valores de la ética y ser ésta un saber para actuar de un modo racional, siempre obligará a obrar correctamente (Cortina, 1994, 2001).

El segundo objetivo que nos habíamos propuesto era el de precisar los distintos tipos de regulación de la actividad periodística, así como destacar la función autorreguladora del Consejo de Prensa a través de diferentes órganos autorreguladores en activo.

Las conclusiones a las que hemos llegado en este punto son las siguientes:

- Un aspecto previo es determinar quién debe regular la actividad mediática. Siguiendo a Aznar (2000) ni el Estado ni el mercado han podido dar una respuesta satisfactoria. Primero, porque el derecho no puede regular los medios de comunicación de la misma forma que lo hace con otros ámbitos profesionales, dado el valor preferente concedido a la libertad de expresión; segundo, porque tampoco los criterios del mercado han servido para conseguir unos medios más éticos, puesto que ha primado más la búsqueda de la rentabilidad económica que la social.
- De entre los distintos tipos de regulación de la actividad periodística: la regulación legislativa, la desregulación total y la autorregulación deontológica; esta última es la que mejor garantiza la independencia y autonomía que los medios precisan para ejercer su función. La primera, desde el momento en que es el Estado el que interviene mediante el desarrollo legislativo de los medios, se corre el riesgo de que su control sea ejercido por el poder político, es lo que hemos denominado heterocontrol (el que se ejerce desde el exterior). El segundo, el que defiende que la mejor ley de prensa es la que no existe y aboga por una regulación libre de toda norma, bien sea jurídica o deontológica –de ahí que lo denominemos descontrol (ausencia de control normativo)-, sufre el riesgo de convertir la actividad informativa en una especie de “ley de la jungla”. Sin embargo, el tercero, como la autorregulación no es más que el compromiso del propio sector por dotarse de una amplia normativa deontológica y una mínima base legislativa con que regularse a sí mismo, sería igual a decir que autorregulación es sinónimo de autocontrol (Suárez Villegas, 2012).

- La autorregulación, además de definir el correcto comportamiento de los profesionales, mejorar sus condiciones profesionales y promover medidas que sirvan para dignificar la actividad, también sirve para hacer frente a otras regulaciones que puedan venir desde el exterior (heterorregulación); es decir, evitar que nadie lo tenga que hacer desde fuera.
- En el espíritu mismo de la autorregulación subyace la lucha contra quienes pretenden apoderarse de la gestión de los medios y de su actividad. En los últimos tiempos, cada vez con más frecuencia, el poder mediático y el político forman una simbiosis coronada a modo de abrazadera por el poder económico (que la hace prácticamente imposible dissociarla), cuyo fin no es otro que el de controlar la información y los contenidos de los medios. Es la otra manera de ejercer el heterocontrol; ahora la amenaza no sólo viene del Estado. Como la información es poder, los medios se convierten en objeto codiciado por el poder político y económico. De ahí que, frente a ese nuevo tipo de heterocontrol, la mejor arma para combatirlo sea el autocontrol que proporciona la autorregulación.
- Los Consejos de Prensa o de Información son los órganos que mejor encarnan la labor de observancia de la deontología profesional del periodismo. Aunque en ocasiones pueda parecer una contradicción la existencia de estos tipos de órganos supervisores, puesto que la deontología es una norma aceptada voluntariamente, una vez asumida por la profesión, no deja de ser también de obligado cumplimiento. Sin embargo, como la experiencia demuestra que la voluntad humana es débil, de algún modo habrá que reforzarla a hacer lo que debe mediante mecanismos de supervisión y control que, por una vía menos coactiva que el derecho, obliguen a su cumplimiento (Camps, 2004a). De ahí la

conveniencia de instaurar unos órganos que velen por la eficacia de la autorregulación profesional.

- Los Consejos de Prensa ejercen, pues, de “autoridad moral” cuya capacidad juzgadora se centra en la praxis profesional (las malas prácticas) de quienes intervienen en la actividad de los medios. Su eficacia estriba en su independencia y autonomía, tanto de los actores que conforman la actividad como del resto de los poderes públicos y privados. Son, por tanto, los órganos de autorregulación por excelencia.
- Su diferencia con los tribunales de justicia radica en que mientras que los juzgados se centran únicamente en el derecho, los Consejos de Prensa lo hacen sobre la ética. Y aunque nunca deben verse como un sustituto del órgano judicial, sus actuaciones son mucho más rápidas, tienen un menor coste económico y la reparación moral por el daño causado es más inmediato. Además, el hecho de que la ética tenga la capacidad de actuar en muchas ocasiones *a priori* de la acción, le confiere una cualidad preventiva a los Consejos de Prensa que los órganos judiciales no tienen.
- Como la autoridad de los Consejos de Prensa dependerá del prestigio e independencia que sean capaces de demostrar, estos deberán actuar siempre con diligencia, rigor, transparencia y, sobre todo –tal como recalca Rodríguez Borges (2010)- abiertos a la participación de ciudadanos y agentes sociales ajenos a la órbita mediática que permita disipar cualquier sospecha de corporativismo.
- Su efectividad, por consiguiente, vendrá determinada por el grado de compromiso que tanto las empresas de medios, los profesionales y el público estén dispuestos a asumir y demostrar. Su única garantía de éxito estará motivada por la voluntad que el propio sector tenga por regularse a sí mismo, bien sea por convicción o, como señala Bel

Mallen (1991), por la necesidad de evitar que sean otros quienes lo hagan desde fuera (a muchos empresarios y profesionales les mueve más el temor de un heterocontrol, que un sincero convencimiento por el autocontrol).

- La cuestión económica es otra de los requisitos para la existencia y supervivencia de los Consejos de Prensa. En la medida en que sean capaces de aglutinar a la mayoría de los medios que operan en su ámbito de actuación y comprometerlos a su sostenimiento económico, su presencia estará garantizada, pero su independencia también; no hay que olvidar que al ser órganos totalmente privados, su financiación se hace a través de las aportaciones que medios, asociaciones profesionales y demás empresas del sector realizan periódicamente.
- El prestigio de la institución autorreguladora sólo se conseguirá si quienes la componen son personas de reconocida relevancia profesional. Es importante que sus miembros, en su mayoría no pertenecientes al sector, tengan un reconocido prestigio en el mundo del derecho, la ética, el periodismo, la universidad, las organizaciones cívicas...
- Los Consejos de Prensa son los órganos autorreguladores más aceptados en Europa y gran parte del mundo. En el viejo continente, más de una treintena de países cuenta con este tipo de órganos gracias, en gran parte, al papel desempeñado por el Consejo de Europa, sobre todo desde la aprobación de la Resolución 1.003 sobre ética del periodismo, la recomendación más importante en esta materia.
- Si países como Suecia, Gran Bretaña, Alemania u Holanda fueron de los primeros en crear en la primera mitad del siglo pasado un órgano de estas características (con las diferencias que el tiempo y la época determinan) y en asumir su autoridad moral, sin embargo España

deberá esperar hasta los primeros años del actual siglo para alumbrar un órgano autorregulador de ámbito nacional como la Comisión de Quejas de la FAPE.

- La actual Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE nace en 2004 bajo la influencia de dos órganos de referencia para el periodismo español: de un lado, la *Press Complaints Commission*, el paradigma de la autorregulación en el mundo; de otro, el *Consell de la Informació de Catalunya*, pionero de la autorregulación en España. Ambos fueron decisivos en su nacimiento y puesta en marcha, pero también es justo destacar la labor desarrollada de muchos profesionales de la información que, desde los inicios de 1990, trabajaron por conseguir un órgano autorregulador a nivel estatal, a pesar de la fuerte oposición ejercida por los medios más influyentes. Nombres como de la Serna, Fernández Pombo o González Urbaneja encarnan, junto a una lista de anónimos profesionales, la apuesta, el empuje y el tesón por conseguir que la FAPE, a través de su Comisión de Quejas, se convirtiera en el referente de la autorregulación en España.

El último objetivo planteado ha sido el de analizar el papel de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE mediante el análisis de sus Resoluciones. Tras un somero y meticuloso estudio cuantitativo, cualitativo y comparativo hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- En primer lugar, destacar que la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE es un órgano de autocontrol deontológico de la profesión periodística, una autoridad moral cuyo objeto es velar por el mejor fin y garantizar el cumplimiento del Código Deontológico de la FAPE. Es, por tanto, el único órgano autorregulador de la actividad periodística de ámbito nacional que existe en España. Su diferencia con el CIC estriba, pues, en su demarcación territorial.

- A pesar de que la Comisión de Quejas es un órgano creado y respaldado por la mayor organización profesional periodística de España (la FAPE cuenta con más de 21.400 periodistas asociados), todavía a fecha de hoy sigue careciendo de un total apoyo y reconocimiento por parte de los medios de comunicación (actualmente están adheridos una treintena de medios, ninguno de ellos perteneciente a los grupos mediáticos Planeta-Atres Media, Vocento, Mediaset o RTVE). Aún así, su ámbito de actuación se extiende a cualquier medio escrito o audiovisual, con independencia de que esté o no adherido.
- Durante estos diez años de existencia (2005-2014) la Comisión ha emitido en total de 100 Resoluciones. De ellas, 92 tienen que ver sobre quejas presentadas y 8 son informes elaborados por el propio órgano, una cifra bastante alejada comparada con las emitidas por el CIC y Autocontrol de la Publicidad, que son de 470 y 1.907 resoluciones respectivamente en el mismo periodo de tiempo.
- Del total de las quejas tramitadas por la Comisión, sólo en el 52,6% de los casos se estimó que se había producido alguna vulneración deontológica, lo que significa, por otra parte, que casi la mitad de las quejas presentadas (el 47,4%) fueron desestimadas.
- En relación al perfil de los reclamantes, la mayoría, el 32,2%, son personas particulares y el 23,7%, periodistas; a distancia se encuentran las asociaciones cívicas y deportivas, el 10,2%, y los que menos quejas presentan son las asociaciones de usuarios y/o consumidores, sólo el 3,4%.
- En cuanto a los medios de comunicación, la mayoría de las quejas que se presentan van contra la prensa, bien en papel (46,7%) o digital (25,2%); le sigue la televisión (17,3%); y, la que menos, la radio (6,3%). Sin embargo, si tenemos en cuenta las quejas que han sido estimadas

por la Comisión, los porcentajes varían: la prensa papel pasa a tener el 52,5%, la digital el 50,0%, la televisión el 54,6% y la radio el 50,0%.

- Respecto a la prensa papel, los periódicos que más infracciones deontológicas cometen son los de ámbito local o autonómico, un 71,4%, frente al 28,6% de los de tirada nacional. En cuanto a estos últimos, destacar que *El Mundo* y *La Razón* tienen dos resoluciones “condenatorias” respectivamente, frente a *El País*, *La Gaceta*, *Público* y *20 Minutos* que tienen una cada uno.
- En cuanto a las televisiones, la que más resoluciones “condenatorias” tiene es Cuatro, con 3, seguido de La Sexta, con 2, y Telecinco, Antena 3, Telemadrid, Intereconomía TV, 7 RM (TV Región de Murcia), TV Castilla-La Mancha y Canal Mundo TV, tienen una. En este caso es preciso destacar que a TVE no se le ha presentado ninguna queja durante este periodo de tiempo.
- Y por lo que respecta a las radios, la COPE tiene 3 resoluciones “condenatorias” y Onde Caro, una. Tanto la SER como Radio Intereconomía, a pesar de tener una queja presentada cada una, éstas no fueron estimadas por la Comisión. También es preciso destacar en este apartado que ninguna radio pública ha recibido queja alguna durante este tiempo.
- Sobre los artículos del Código Deontológico que se han vulnerado por parte de los medios en las resoluciones emitidas por la Comisión durante estos diez años, estos son los siguientes ordenados según el porcentaje de veces invocados en las Resoluciones:
 - art. 2, respeto a la verdad (17,4%)
 - art. 13, no publicar información engañosa o deformada (16,5%)
 - art. 13.a, deber de contrastar las fuentes (16,5%)
 - art. 7.c, evitar expresiones lesivas o vejatorias (6,1%)

- art. 4, respeto a la intimidad e imagen de las personas (5,2%)
 - art. 7, protección de los más débiles (5,2%)
 - art. 3, difundir con honestidad la información (4,4%)
 - art. 13.b, derecho de rectificación (4,4%)
 - art. 13.c, derecho de réplica (4,4%)
 - art. 5, presunción de inocencia (3,5%)
 - art. 6, especial respeto a las víctimas menores de edad (2,6%)
 - art. 17, distinción entre información y opinión (2,6%)
 - art. 4.b, intromisión innecesaria en asuntos de dolor (1,7%)
 - art. 4.d, especial protección derechos de los menores (1,7%)
 - art. 7.a, alusiones despectivas sobre raza, creencias, sexo... (1,7%)
 - art. 5.a, evitar nombrar a familiares y amigos (0,9%)
 - art. 5.b, respeto a las víctimas (0,9%)
 - art. 7.b, difundir datos innecesarios de personas vulnerables (0,9%)
 - art. 8, derecho periodistas a trabajar en condiciones dignas (0,9%)
 - art. 10, derecho al secreto profesional de los periodistas (0,9%)
 - art. 14, empleo de métodos lícitos en la información (0,9%)
 - art. 1, actuar según los principios éticos profesionales (0,9%)
-
- Sobre los Informes/Resoluciones emitidos por la Comisión, de los 8 publicados durante este tiempo, tres han sido elaborados de oficio por la propia Comisión³³⁸, uno a instancia de la FAPE³³⁹, otro a solicitud de la Asociación de la Prensa de Madrid³⁴⁰, otro a petición de la

³³⁸ Los tres informes son: “Recomendaciones acerca del tratamiento informativo de las situaciones catastróficas”, de noviembre de 2008; “La intervención retribuida de testigos y protagonistas de un proceso judicial en los medios”, de mayo de 2013; y “Recomendaciones éticas o deontológicas para el tratamiento periodístico y mediático de los menores de edad”, de abril de 2014.

³³⁹ “El tratamiento informativo en los medios de comunicación respecto de las víctimas del terrorismo”, de marzo de 2005.

³⁴⁰ “Recomendaciones éticas o deontológicas para el tratamiento periodístico y mediático de las catástrofes”, de febrero de 2014.

Asociación de la Prensa de La Rioja³⁴¹, otro a petición de un particular no identificado³⁴², y otro donde no consta el peticionario³⁴³.

Para finalizar este apartado de conclusiones, es preciso destacar también algunos aspectos relevantes sobre la Comisión de la FAPE. Cuestiones que tienen que ver con algunas carencias detectadas durante la investigación de este trabajo de tesis doctoral y que a continuación resumimos:

- Falta de apoyo por parte de un amplio sector de empresas de medios: importantes grupos de comunicación, tanto privados como públicos, no están adheridos al órgano autorregulador.
- Escasa implantación en la sociedad: su predicamento en la actividad de los medios es bastante escaso y su grado de conocimiento en la opinión pública del todo insuficiente. Tampoco ha conseguido generar confianza ni en las organizaciones de usuarios y consumidores ni en los organismos públicos.
- Insuficiente infraestructura de recursos humanos y materiales: no dispone de personal con dedicación a tiempo completo y tampoco dispone de delegaciones territoriales.
- Poca publicidad de las Resoluciones: a pesar de que todas las resoluciones están colgadas de la web de la Comisión, es del todo insuficiente para que los ciudadanos las conozcan.
- Demasiada condescendencia con los medios a la hora de responsabilizarlos por las vulneraciones deontológicas: la tendencia de la Comisión es la de “cargar” sobre los periodistas y no tanto sobre los

³⁴¹ “Informe-respuesta a la consulta de la Asociación de la Prensa de La Rioja sobre si el convocante de una rueda de prensa puede impedir el acceso a un periodista”, de abril de 2014.

³⁴² “La vulneración del deber del periodista de no simultanear actividades periodísticas con su aparición en anuncios publicitarios”, de mayo de 2014.

³⁴³ “La protección de la imagen de los menores”, de octubre de 2007.

medios a pesar de la corresponsabilidad que todo medio tiene sobre los contenidos que difunde.

No obstante lo anterior, y a pesar de estas carencias, no hay que olvidar el papel fundamental que la Comisión está llevando a cabo como órgano autorregulador de la actividad periodística en España. No sería justo restarle valor ni reconocimiento a su labor, pero también sería recomendable que se pudieran corregir estos déficits que ayudarían a aumentar su prestigio tanto en la profesión como en la sociedad. Corregir para mejorar y mejorar para convertirse en una auténtica “autoridad moral”. No en vano, en esta década de vida analizada, 118 personas, físicas o jurídicas, han confiado en la Comisión de la FAPE para dirimir en sus conflictos con los medios de comunicación.

Cabe desear, y estamos convencidos de que así será, que el germen de la autorregulación hará brotar en las conciencias colectivas de los profesionales, las empresas y los públicos la necesidad de contar con un gran Consejo de Prensa en España (como ya existe, por otra parte, en el caso de la publicidad comercial³⁴⁴), que se convierta en el garante de la ética profesional de la actividad periodística, tal como sucede en la mayoría de países de nuestro entorno. En ese sentido, por su capacidad, experiencia y prestigio, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE está predestinada a liderar esta ambiciosa y necesaria empresa.

³⁴⁴ Véase el Cap. XIV de este trabajo, concretamente el epígrafe *14.7.1 Datos sobre la autorregulación en España hoy*.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera, Octavio (1990): *Las ideologías en el periodismo*, Madrid, Paraninfo
- Álvarez-Rico García, Isabel (2000): “Globalización y sociedad de la información desde la Unión Europea” en Aznar, Hugo y Villanueva, Ernesto (coord.) *Deontología y autorregulación informativa*, México, Universidad Iberoamericana
- Aranguren, José Luis, L. (1963): *Ética y Política*, Madrid, Guadarrama
- Araque Padilla, Rafael y Montero Simó, M^a José (2006): *La responsabilidad social de la empresa a debate*, Barcelona, Icaria
- Aristóteles (2007): *Retórica*, Madrid, Alianza
- Armesto Gallego, Raúl (2005): “FAPE: una historia de luces y sombras” en *Periodistas*, nº1, p. 46-51
- Arroyo, Luis (2012): *El poder político en escena. Historia, estrategias y liturgias de la comunicación política*, Barcelona, RBA
- Asociación de la Prensa de Madrid (2011): *Informe Anual de la Profesión Periodística 2011*, en línea: <http://www.apmadrid.es/images/stories/Informe%20APM%202011.pdf>
- , (2012): *Informe Anual de la Profesión Periodística 2012*, en línea: <http://www.apmadrid.es/images/stories/Informe%20APM%202012.pdf>
- , (2013): *Informe Anual de la Profesión Periodística 2013*, en línea: http://www.apmadrid.es/images/stories/informe_profesion_2013.pdf
- , (2014): *Informe Anual de la Profesión Periodística 2014*
- Asociación de la Prensa de Sevilla (Comisión de Garantías Profesionales) (2007): “Crítica y autocrítica del periodismo” en *Cuadernos de Periodistas*, nº 12, p. 31-34
- Ayuso, Silvia y Garolera, Jordi (2011): *Códigos éticos de las empresas españolas: Un análisis de su contenido*, Cátedra Mango, Univertitat Pompeu Fabra, publicado en línea en julio de 2011, recuperado el 30 de julio de 2011 en <http://mango.esci.es/assets/Uploads/Documentos-de-trabajo/Documento-de-trabajo-10Cdigos-ticos.pdf>
- Aznar, Hugo (1997): “El debate en torno a la utilidad de los códigos deontológicos del periodismo”, *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, nº 20, p. 125-144, recuperado el 20 de noviembre de 2011 en <http://ddd.uab.es/pub/analisi/02112175n20p125.pdf>

- Aznar, Hugo, (1998): “La autorregulación de la comunicación: entre el Estado y el mercado”, en *Cuadernos electrónicos de Filosofía del Derecho*, num. 1, recuperado el 20 de noviembre de 2011 en <http://www.uv.es/cefd/1/Aznar.html>
- , (1999): *Ética y periodismo*, Barcelona, Paidós
- , (2000): “Medios de comunicación y esfera pública: el papel de la autorregulación” en Aznar, Hugo y Villanueva, Ernesto (coord.) *Deontología y autorregulación informativa*, México, Universidad Iberoamericana
- , (2004): “Los códigos éticos del periodismo y la responsabilidad de los profesionales” en *Razón y Palabra*, n° 40, en línea, recuperado el 25 de julio de 2012 en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n40/haznar.html>
- , (2005): *Pautas éticas para la comunicación social*, Valencia, Universidad Cardenal Herrera-CEU
- , (2010): “Por una teoría normativa de la comunicación a la altura de los tiempos: ¿más derecho, más política, más ética?”, en *Dilemata. Revista Internacional de Éticas Aplicadas*, año 2, n° 2, p. 77-94, recuperado el 20 de enero de 2014 en <http://www.dilemata.net/revista/index.php/dilemata/article/view/36>
- , (2011): *Comunicación responsable: la autorregulación de los medios*, Barcelona, Ariel
- y Villanueva, Ernesto (coord.) (2000): *Deontología y autorregulación informativa*, México, Universidad Iberoamericana
- Azurmendi, Ana (2000): “Ética y medios de comunicación”, en Pérez-Illzarbe, Paloma; Lázaro, Raquel (eds.). *Verdad, bien y belleza: cuando los filósofos hablan de valores*. Cuadernos de Anuario Filosófico. Serie Universitaria, n° 103, p. 135-146, recuperado el 15 de diciembre de 2012, en <http://hdl.handle.net/10171/6233>
- , (2010): “Consejos Audiovisuales autonómicos frente al Consejo Estatal de Medios Audiovisuales”, publicado en línea el 2 de diciembre de 2010, recuperado el 15 de enero de 2013 en <http://hdl.handle.net/10171/14429>
- Barber, Benjamin (2004): *Democracia fuerte*, Córdoba, Almuzara
- Barroso Asenjo, Porfirio (1991.a): “Códigos deontológicos de la comunicación”, en Benito, Ángel (dir.), *Diccionario de Ciencias y técnicas de la comunicación*, Madrid, Paulinas

- Barroso Asenjo, Porfirio (1991.b): “Ética de la comunicación”, en Benito, Ángel (dir.), *Diccionario de Ciencias y técnicas de la comunicación*, Madrid, Paulinas
- , y Weckert, John (2000) “Material ofensivo en Internet” en Aznar, Hugo y Villanueva, Ernesto (coord.) *Deontología y autorregulación informativa*, México, Universidad Iberoamericana
- Basset, Lluís (2013): *El último que apague la luz. Sobre la extinción del Periodismo*, Madrid, Taurus
- Bel Mallen, I. (1991): “Autocontrol” en Benito, Ángel (dir.), *Diccionario de Ciencias y técnicas de la comunicación*, Madrid, Paulinas
- ; Corredoira, L.; Cousido, P (1992) *Derecho de la información (I) Sujetos y medios*, Madrid, Colex
- Benito, Ángel (coord.) (1991): *Diccionario de Ciencias y técnicas de la comunicación*, Madrid, Paulinas
- Bentham, Jeremy (1991): “Deontología” en *Antología*, Barcelona, Península
- Blázquez, Niceto (2000): *El desafío ético de la información*, Salamanca, Edibesa
- Berlanga, Salvador (2010): *La educación del consumidor en el aula, en la familia y en la sociedad*, Zaragoza, Mira
- Bobbio, Norberto (2009): *Teoría general de la política*, Madrid, Trotta
- Bonete, Enrique (ed.) (1995): *Éticas de la información y deontologías del periodismo*, Madrid, Tecnos
- , (1999): *Ética de la comunicación audiovisual*, Madrid, Tecnos
- Briggs, A. y Burke, P. (2002): *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*, Madrid, Taurus
- Bru Alonso, Manuel M^a (2006): *Somos libres. Homenaje a la Cadena Cope*, Madrid, Encuentro
- Bueno, Gustavo (2003): *Telebasura y democracia*, Madrid, Ediciones B
- Cabrera, Mercedes (1994): *La industria, la prensa y la política*, Madrid, Alianza
- Camino, Carlos (2013): “Corresponsales, crónica de una muerte anunciada” en *Unfollow. Revista de Periodismo y contenidos Culturales*, 24/03/2013, recuperado en 03 de julio de 2014 en <http://unfollowmagazine.com/2013/03/corresponsales-chronica-de-una-muerte-anunciada/>

- Campo Vidal, Manuel (2011): *¿Por qué los profesionales no comunicamos mejor?*, Barcelona, RBA
- Camps, Victoria (1996): *Virtudes públicas*, Madrid, Austral
- , (1995): “El lugar de la ética en los medios de comunicación” en Bonete, Enrique (ed.) *Éticas de la información y deontologías del periodismo*, Madrid, Tecnos
- , (2004.a): “Instituciones, agencias y mecanismos de supervisión mediática” en Conill, J. y Gozávez, V., *Ética de los medios*, Barcelona, Gedisa
- , (2004.b): “Opinión pública, libertad de expresión y derecho a la información” en Conill, J. y Gozávez, V., *Ética de los medios*, Barcelona, Gedisa
- Carrasco, Mayte (2013): “El suicidiario o cómo provocar la muerte del reportero de guerra en los medios españoles” en *Revista de Periodistas*, nº 26, p.8-16
- Caro Gil, Raquel (2000): “Dimensiones ético-sociales de Internet” en Aznar, Hugo y Villanueva, Ernesto (coord.) *Deontología y autorregulación informativa*, México, Universidad Iberoamericana
- Carreño Carlón, José (2000) “Ética, prensa y poder en México” en Aznar, Hugo y Villanueva, Ernesto (coord.) *Deontología y autorregulación informativa*, México, Universidad Iberoamericana
- Carreras (de) Serra, Lluís (2008): *Las normas jurídicas de los periodistas: Derecho español de la Información*, Barcelona, UOC
- Carrillo, Marc (1986): “Los Consejos de Prensa como forma de autocontrol: propuestas y prevenciones respecto a su viabilidad en España” en *Revista de Estudios Políticos*, nº 54, noviembre-diciembre
- , (1993): *La cláusula de conciencia y el secreto profesional de los periodistas*, Madrid, Cívitas
- , (1999): “Derecho a la información, ley y autorregulación” en Villegas Suárez, Juan Carlos (ed.): *Medios de comunicación y autocontrol. Entre la ética y el derecho*, Sevilla, Ediciones MAD
- , (2010): “La crítica al Poder Judicial” en *Periodistas*, nº 21, p-18
- Casero Ripollés, A. y López Rabadán, P. (2013): “La gestión de fuentes informativas como criterio de calidad” en Gómez Mompert, J. L.; Gutiérrez Lozano, J. F. y Palau Sampio, D. (editores): *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*, Valencia, Aldea Global

- Castells, Manuel (2009): *Comunicación y poder*, Madrid, Alianza
- Chipp, David (2006): “La dura batalla por la autorregulación en el Reino Unido” en *Cuadernos de Periodistas*, nº 6, abril
- Colomer Viadel, Antonio (coord.) (2006): *La participación en las Administraciones Públicas*, Valencia, Editorial UPV
- Comte, Auguste (1993): *Discurso sobre el espíritu positivo*, Madrid, Alianza
- Conde, Mario (2010): *Los días de gloria*, Madrid, Martínez Roca
- Conill, Jesús (2004.a): *Horizontes de economía ética*, Madrid, Tecnos
- , (2004.b): “Economía ética de los medios de comunicación” en Conill, J. y Gozávez, V., *Ética de los medios*, Barcelona, Gedisa
- , (2005): “Fundamentación ética de la educación en virtudes” en Sáez Cruz, J. (coord.), *Educación en la virtud y la virtud de educar; educar para la justicia. Actas del VIII y IX encuentros de filosofía educación*, Burgos, Monte Carmelo
- y Gozávez, Vicent (coord.) (2004): *Ética de los medios*, Barcelona, Gedisa
- Cortina, Adela (1994): *Ética de la empresa*, Madrid, Trotta
- , (2001.a): *Alianza y contrato*, Madrid, Trotta
- , (2001.b): *Ética aplicada y democracia radical*, Madrid, Tecnos
- , (ed.) (2003): *Construir confianza: ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*, Madrid, Trotta
- , (2004.a): *Por una ética del consumo*, Madrid, Taurus
- , (2004.b): “Ciudadanía activa en una sociedad mediática” en Conill, J. y Gozávez, V., *Ética de los medios*, Barcelona, Gedisa
- , (2004.c): “Ciudadanía mediática” en *El País*, 24/XI/2004
- , (2006): “Educar para una ciudadanía activa” en *El País*, 30/XII/2006
- , (2009): *Ciudadanos del mundo. Hacia una teoría de la ciudadanía*, Madrid, Alianza
- , (2010): *Justicia cordial*, Madrid, Trotta
- , (2011): *Neuroética y neuropolítica*, Madrid, Tecnos
- y Conill, Jesús (coord.) (2001): *Educación en la ciudadanía*, Valencia, Alfons el Magnànim

- Costa Badía, Pere Oriol (1992): “Nuevos factores a tener en cuenta en la formación de la opinión pública”, en *Dos-cents anys de premsa valenciana*, Valencia, Generalitat Valenciana
- Cruz Ruiz, Juan (2008): “Crítica y autocrítica de la prensa y de los periodistas” en *Cuadernos del Ateneo de La Laguna*, nº 25 p. 13-18
- Darnaculleta i Gardella, M^a Mercè (2005): *Autorregulación y derecho público: la autorregulación regulada*, Madrid, Marcial Pons
- Desantes Guanter, José María (1973): *El autocontrol de la actividad informativa*, Madrid, Cuadernos para el Diálogo
- , (2004): *Derecho a la información*, Valencia Fundación Coso
- Díaz, Lorenzo (1999): *Luis del Olmo. Protagonista*, Barcelona, Planeta
- Díaz Nosty, Bernardo (1992): “La prensa ante el desafío multimedia”, en *Dos-cents anys de premsa valenciana*, Valencia, Generalitat Valenciana
- , (2009): “Un sistema insostenible” en *Periodistas*, nº 18, p.18
- ,(2014): “Debilidad democrática y crisis de credibilidad” en *Periodistas*, nº 34, p.8-10
- Diego de, Enrique (2012): *Dando caña*, Madrid, Rambla
- Escobar Roca, Guillermo (2002): *Estatuto de los periodistas*, Madrid, Tecnos
- Farias, P. (1991): “Derecho a la comunicación”, en Benito, Ángel (dir.), *Diccionario de Ciencias y técnicas de la comunicación*, Madrid, Paulinas
- Feito, Lidia (coord.) (1997): *Estudios de bioética*, Madrid, Dykinson
- Fernández Beaumont, José (1992): “Los libros de estilo en periodismo”, en *Dos-cents anys de premsa valenciana*, Valencia, Generalitat Valenciana
- Fontán Pérez, Antonio (2006): “La función de los Códigos Deontológicos” en *Cuadernos de Periodistas*, nº 6, pp. 65-66
- Fontcuberta (de), Mar (1993): *La noticia*, Barcelona, Paidós
- Fuente Cobo, Carmen y Ruiz San Román, José A. (2011): “Protección de la infancia en la nueva regulación audiovisual en España” en *Revista Latina de Comunicación Social*, 66. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, pp-178 a 209, recuperado en 29 de abril de 2013 en http://www.revistalatinacs.org/11/art/928_UCM/07_Ruiz.html

- Gabilondo, Iñaki (2010): *El fin de una época. Sobre el oficio de contar las cosas*, Barcelona, Barril Barral
- Galdón, Gabriel (1994): *Desinformación. Método, aspectos y soluciones*, Navarra, Euninsa
- García Abad, José (2010): *El Maquiavelo de León. Cómo es realmente Zapatero*, Madrid, La Esfera
- García Leiva, M^a Trinidad (2008): *Políticas públicas y televisión digital. El caso de la TDT en España y el Reino Unido*, Madrid, CSIC
- García Márquez, Gabriel (2007): “El mejor oficio del mundo” en *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, nº 98, junio 2007, p. 26-31, recuperado el 22 de abril de 2014 en <http://186.5.95.155:8080/jspui/123456789/1117>
- García Marzal, Domingo (2003): “Confianza y poder: la responsabilidad moral de las empresas de comunicación” en Cortina, Adela (ed.): *Construir confianza: ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*, Madrid, Trotta
- , (2004): “Ética de la publicidad”, en Conill, J. y Gozávez, V., *Ética de los medios*, Barcelona, Gedisa
- García Gordillo, M. M; Bezunartea Valencia, O. y Rodríguez Cruz, I (2013) “El valor agregado periodístico, herramienta para el periodismo de calidad” en Gómez Mompert, J. L.; Gutiérrez Lozano, J. F. y Palau Sampio, D. (editores): *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*, Valencia, Aldea Global
- Garvey, James (2010): *La ética del cambio climático*, Barcelona, Proteus
- Glasser, Theodore, L. (2002): “La autorregulación del periodismo: el papel de las asociaciones profesionales en una sociedad de la información” en Vidal Beneyto, José, *La ventana global*, Madrid, Taurus
- Gómez, Rosario G. (2010): “Luz verde a la creación de un órgano regulador de la televisión” en *El País*, 18/III/2010
- Gómez Mompert, J. L.; Gutiérrez Lozano, J. F. y Palau Sampio, D. (editores) (2013): *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*, Valencia, Aldea Global
- , y Palau Sampio, D. (2013): “El reto de la excelencia. Indicadores para medir la excelencia periodística” en Gómez Mompert, J. L.; Gutiérrez Lozano, J. F. y Palau Sampio, D. (editores): *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*, Valencia, Aldea Global

- González Esteban, J. L.; García Avilés, J. A.; Karmasin, M. y Kaltenbrunner, A, (2011): “La autorregulación profesional ante los nuevos retos periodísticos: estudio comparativo europeo” en *Revista Latina de Comunicación Social*, 66. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, pp. 426 a 453, recuperado el 29/4/2013 en http://www.revistalatinacs.org/11/art/940_Elche/19_Esteban.html
- Gozálvéz, Vicent (2004.a): “Ética en la empresa de comunicación” en *Economía* 3, julio-agosto
- , (2004.b): “Los relatos del mundo: entre la objetividad y la imparcialidad” en Conill, J y Gozálvéz, V., *Ética de los medios*, Barcelona, Gedisa
- , (2005): “Antropología del jo audiovisual. Una aproximació filosòfica” en *Quaderns de filosofia i ciència*, vol.35, pp. 93-105
- , (2010): “La educación de la opinión pública en las democracias liberales” en *Debats*, nº 109, Valencia, Alfons el Magnànim
- y Lozano, José Félix (2004): “Autonomía profesional y códigos deontológicos de la comunicación audiovisual” en Conill, J. y Gozálvéz, V., *Ética en los medios*, Barcelona, Gedisa
- Gracia, Diego (2008): *Fundamentos de bioética*, Madrid, Triacastela
- Grup de Investigació en Periodisme (2012): *Estudio de los dictámenes del Consell de la Informació de Catalunya (CIC) del periodo 1997-2011*, en línea, recuperado el 14 de enero de 2014 en <http://fcic.periodistes.org/wp-content/uploads/2014/03/Estudio-trayectoria-Consell-de-la-Informaci%C3%B3-de-Catalunya.pdf>
- Herrero, Luís (2008): *En vida de Antonio Herrero*, Madrid, Esfera
- Hierro (del), J. L. (1991): “Libertad de prensa”, en Benito, Ángel (dir.), *Diccionario de Ciencias y técnicas de la comunicación*, Madrid, Paulinas
- Hortal, Augusto (ed.2010): *Ética general de las profesiones*, Bilbao, Desclée
- Humanes, M^a L. y Montero, M^a D. (2013): “La calidad del pluralismo interno en la TDT” en Gómez Mompert, J. L.; Gutiérrez Lozano, J. F. y Palau Sampio, D. (editores): *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*, Valencia, Aldea Global
- Israel Garzón, E. y Pomares Pastor, R. A. (2013): “Indicadores de calidad en los informativos de televisión” en Gómez Mompert, J. L.; Gutiérrez Lozano, J. F. y Palau Sampio, D. (editores): *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*,

- Valencia, Aldea Global
- Jarreño Alarcón, Joaquín (2009): *Ética y periodismo*, Bilbao, Desclée
- Jiménez, David (2012): “El último corresponsal” en VV.AA., *Queremos saber. Cómo y por qué la crisis del periodismo nos afecta a todos*, Madrid, Debate
- Jiménez Losantos, Federico (2006): *De la noche a la mañana. El milagro de la Cope*, Madrid, Esfera
- , (2011): *El linchamiento. La liquidación de la Cope y la aventura de esRadio*, Madrid, Esfera
- Kant, Immanuel (1980): *Fundamentación de la metafísica de las costumbres*, Madrid, Espasa
- Key, Wilson Bryan (1991): *Seducción subliminal*, Buenos Aires, Vergara Diana
- Labio Bernal, Aurora (2010) “Libertad de expresión en tiempos de crisis” en *Periodistas*, nº 21, p. 20
- Laguna, Antonio y López, A. (editores) (1992): *Dos-cents anys de premsa valenciana*, Valencia, Generalitat Valenciana
- Lakoff, George (2007): *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*, Madrid, Complutense
- Laporta, Francisco J. (1990): “Ética y política” en *Claves de Razón Práctica*, nº 2, pp. 15-21, mayo
- León, Bienvenido (coord.) (2008): *Transformar la televisión*, Sevilla, Comunicación Social
- Libro de estilo de ABC* (2001), Barcelona, Ariel
- Libro de estilo de El País* (2004), Madrid, Santillana
- Linde Paniagua, Enrique (coord.) (1990): *Las radiotelevisións en el espacio europeo*, Valencia, RTVV
- , (1992): “El marco jurídico de la prensa en España” en *Dos-cents anys de premsa valenciana*, Valencia, Generalitat Valenciana
- Lipovetsky, Gilles (1996): *El crepúsculo del deber*, Barcelona, Anagrama
- López Mañero, Cristina (2000): “Los mecanismos de autorregulación en los medios de comunicación españoles” en Aznar, Hugo y Villanueva, Ernesto (coord.) *Deontología y autorregulación informativa*, México, Universidad Iberoamericana
- Lora (del), Pablo y Gascón, Marina (2008): *Bioética: principios, desafíos, debates*, Madrid, Alianza

- Lozano, José Félix (2004): “Globalización ética y medios de comunicación” en Conill, J. y Gozávez, V., *Ética de los medios*, Barcelona, Gedisa
- y Gozávez, Vicent (2004): “Autonomía profesional y códigos deontológicos de la comunicación audiovisual” en Conill, J. y Gozávez V., *Ética de los medios*, Barcelona, Gedisa
- Llibre d'estil per als mitjans audiovisuals en valencià* (2011), Valencia, AVL
- Maciá Barber, Carlos y Herrera Damas, Susana (2010): “La deontología periodística: praxis, disfunciones y retos desde la perspectiva de los profesionales de la comunicación en la Comunidad de Madrid (2006-2009)” en *Comunicación y Sociedad*, Vol. XXIII, nº 1, p.77.104., recuperado el 20 de diciembre de 2013 en http://www.unav.es/fcom/comunicacionsociedad/es/articulo.php?art_id=351
- MacIntyre, Alasdair (2001): *Tras la virtud*, Barcelona, Crítica
- Manual de español urgente. Agencia EFE* (1991), Madrid, Cátedra
- Maquiavelo, Nicolás (1983): *El Príncipe*, Barcelona, Planeta
- Marín Otto, E.; Santcovsky Reschini, P. y Crespo Ortiz, E. (2013): “Cultura digital, agencias de noticias y credibilidad” en Gómez Mompert, J. L.; Gutiérrez Lozano, J. F. y Palau Sampio, D. (editores): *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*, Valencia, Aldea Global
- Martínez, Ángel (2013): “La guerra sin periodistas” en *El Confidencial*, 26/09/2013, recuperado el 04 de julio de 2014 en http://www.elconfidencial.com/mundo/2013-09-26/la-guerra-sin-periodistas_32599/
- Martínez, Emilio (2010): *Ética profesional de los profesores*, Bilbao, Desclée
- Martínez, Omar Raúl (2000): “Un acercamiento a la ética y la deontología periodísticas en México” en Aznar, Hugo y Villanueva, Ernesto (coord.) *Deontología y autorregulación informativa*, México, Universidad Iberoamericana
- Martínez Albertos, José Luís (2009): *El zumbido del moscardón*, Sevilla, Comunicación Social
- Mattelart, Armand (1991): *La publicidad*, Barcelona, Paidós

- McQuail, Denis (1985): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Barcelona, Paidós
- Mendizábal (de) Allende, Rafael (2013): “Libertad de expresión vs independencia judicial” en *Periodistas*, nº 33, p. 33
- , (2014): “Entre la moral y el derecho: La autorregulación deontológica del periodismo”, en *FAPE.es*, recuperado el 15 de diciembre de 2014, en <http://fape.es/entre-la-moral-y-el-derecho-la-autorregulacion-deontologica-del-periodismo/>
- Miguel Pascual (de) R. y Berganza Conde, R. (2013) “La calidad de los periódicos de pago y gratuitos” en Gómez Mompart, J. L.; Gutiérrez Lozano, J. F. y Palau Sampio, D. (editores): *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*, Valencia, Aldea Global
- Molina, Marta (2011): “¿Quién vigila a quién?” en *Periodistas*, nº 25, p. 8-10
- , (2011): “La buena prensa. Máximo ético, mínimo jurídico” en *Periodistas*, nº 26, p. 8-10
- Montoya Sáenz, José (2007): “Reivindicación de la filosofía moral”. Lección magistral del acto de apertura del curso 2007-2008 de la Universitat de València
- Mora de Saavedra, Antonio (2010): *La virtualidad de los códigos deontológicos en Periodismo. El caso español de la FAPE a través de las resoluciones de la Comisión de Quejas y Deontología*, (Tesis Doctoral), Universidad de Málaga
- Moreno, Roberto (1978): “Un caso de censura de libro en el siglo XVIII Novohispano: Jorge Mas Theóphoro” en Suplementos al Boletín del Instituto de Investigaciones Bibliográficas, julio-diciembre 1973, Universidad Nacional Autónoma de México, en línea, recuperado el 13 de febrero de 2014 en <http://publicaciones.iib.unam.mx/index.php/boletin/article/download/336/328>
- Mortara Garavelli, Bice (1991): *Manual de retórica*, Madrid, Cátedra
- Navas, Jordi (2005): “Consejo Deontológico. Más apóstoles que jueces” en *Periodistas*, nº 1, p. 24-29
- Nieto, Alfonso e Iglesias, Francisco (1993): *Empresa informativa*, Barcelona, Ariel

- Núñez Encabo, Manuel (1999): “Los requisitos para la existencia del autocontrol de los medios de comunicación: el Código Europeo de Deontología del Periodismo” en Villegas Suárez, Juan Carlos (ed.): *Medios de comunicación y autocontrol. Entre la ética y el derecho*, Sevilla, Ediciones MAD
- , (2006): “Los orígenes del Código Deontológico de la FAPE” en *Cuadernos de Periodistas*, nº6, abril, p. 67-74
- , (2010): “Maestro de la deontología del periodismo” en *El País*, 16/I/2010
- , (2011): “Ética y periodismo en nuestra era” en *Periodistas*, nº 24, p. 24-25
- , (2013a): “Periodismo para la transparencia y el saber de los ciudadanos” en *Periodistas*, nº 32, p. 11
- , (2013b): Entrevista en *El País*, 19/II/2013 (contraportada)
- Oliva, Llúcia (2011): “News of the World y sus daños colaterales” en *Periodistas*, nº 26, p. 22
- , (2013): “El Consell de la Informació de Catalunya, com a sistema de rendiment de comptes dels mitjans” en *Comunicació: Revista de recerca i anàlisi*, Vol.30 (2) (novembre 2013), recuperado el 10 de diciembre de 2013 en: <http://publicacions.iec.cat/repository/pdf/00000199%5C00000077.pdf>
- Ónega, Fernando (2013): *Puedo prometer y prometo. Mis años con Adolfo Suárez*, Barcelona, Plaza Janes
- Ortega y Gasset, José (2004): *La rebelión de las masas*, Madrid, Alianza
- Palomo Cuesta, Graciano (2011): *El hombre impasible. Historia secreta del PP de Rajoy camino al poder*, Madrid, La Esfera
- Parés i Maicas, Manuel (2006): “El autocontrol de la información” en *Cuadernos de Periodistas*, nº 6 abril, p. 75-93
- Parreño Rabadán, M. (2013): “La argumentación de los periodistas sobre la calidad del periodismo” en Gómez Mompert, J. L.; Gutiérrez Lozano, J. F. y Palau Sampio, D. (editores): *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*, Valencia, Aldea Global
- Pérez Curiel, C.; Méndez Majuelos, I. y Rojas Torrijos, J. L. (2013): “Parámetros de calidad del trabajo periodístico en red” en Gómez Mompert, J. L.; Gutiérrez Lozano, J. F. y Palau Sampio, D. (editores): *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias*

- profesionales*, Valencia, Aldea Global
- Pérez Gómez, Alberto (2002): *El control de las concentraciones de medios de comunicación*, Madrid, Dykinson
- Pernau, Josep (2005): *Intervención del presidente del CIC en el debate sobre “Los modelos europeos de autorregulación periodística”*, celebrado en Madrid en noviembre de 2005, publicado en línea y recuperado el 26 de febrero de 2013 en: http://www.periodistes.org/fcic/admin/doc_contingut/nov05madrid.htm
- , (2006): “Cataluña, pionera del autocontrol en España” en *Cuadernos de Periodistas*, nº 6, abril, p. 94-111
- Pieper, Annemarie (1990): *Ética y Moral*, Barcelona, Crítica
- Pino (del), Domingo (2005): “Un Estatuto Profesional dirigido a un periodismo que ya no existe” en *Cuadernos de Periodistas*, nº 4, julio, p. 23-39
- Puig (de), Lluís Maria (2006): “La acción del Consejo de Europa” en *Cuadernos de Periodistas*, nº6, abril, p. 157-166
- Quesada, Monserrat (1987): *La investigación periodística*, Barcelona, Ariel
- Randall, David (1999): *El periodista universal*, Madrid, Siglo XXI
- Ramonet, Ignacio (1998): *La tiranía de la comunicación*, Barcelona, Debate
- Ramos Fernández, Luís Fernando (1998): *La profesión periodística en España. Estatuto jurídico y deontología profesional*, Pontevedra, Diputación de Pontevedra
- Rawls, John (1996): *Liberalismo político*, Barcelona, Crítica
- Reyzábal, M^a Victoria (2002): *Didáctica de los discursos persuasivos: la publicidad y la propaganda*, Madrid, La Muralla
- Riezu, Jorge (2007): *La concepción de la moral en el sistema de Augusto Comte*, Salamanca, Sanesteban
- Rivière, Margarita (2003): *El malentendido. Cómo nos educan los medios de comunicación*, Barcelona, Icaria
- Rodrigo Alsina, Miquel (1989): *La construcción de la noticia*, Barcelona, Paidós
- Rodríguez, José M^a (2008): *Ética y derechos humanos en la era biotecnológica*, Madrid, Dykinson

- Rodríguez Bajón, Miguel Ángel (2010): *Y Aznar llegó a Presidente. Retrato en tres dimensiones*, Madrid, La Esfera
- Rodríguez Borges, Rodrigo Fidel (1998): “La objetividad periodística, un mito persistente” en *Revista Latina de Comunicación Social*, 2, recuperado el 17 de octubre de 2013 en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/febrero.98.rodrigo.htm>
- , (2008): “Entretenimiento e Info-Entretenimiento. La política en la era de la televisión” en *Cuadernos del Ateneo de La Laguna*, nº 25, p. 41-50
- , (2009): “Inmigración, medios de comunicación y ética periodística” en VV.AA, *Límites y fronteras*, La Laguna (Tenerife), Universidad de La Laguna
- , (2010): “Ética, derecho y medios de comunicación: una apostilla a la discusión entre Carlos Ruiz y Hugo Aznar” en *Dilemata. Revista Internacional de Éticas Aplicadas*, año 2, nº 4, p. 85-100, recuperado el 20 de enero de 2014 en <http://www.dilemata.net/revista/index.php/dilemata/article/view/56/70>
- , (2010a): “Discurso xenófobo y fijación de agenda. Un estudio de caso en la prensa de Canarias (España)” en *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, recuperado el 17/10/ 2013 en http://www.revistalatinacs.org/10/art2/895_ULL/17_Rodrigo.html
- , (2011): “Esfera pública y medios de comunicación. La contribución de los media a la construcción de la ciudadanía democrática” en *Daímon. Revista Internacional de Filosofía*, Suplemento 4, p. 79-93, recuperado el 20 de enero en <http://revistas.um.es/daimon/article/view/152111>
- y Aznar, Hugo (2014): “La ética de la comunicación en la balanza” en *Dilemata. Revista Internacional de Éticas Aplicadas*, año 6, recuperado en 28 de febrero de 2015 en <http://www.dilemata.net/revista/index.php/dilemata/article/view/300/320>
- Rodríguez Cruz, I. (2013): “La calidad de la información en el medio ambiente” en Gómez Mompert, J. L.; Gutiérrez Lozano, J. F. y Palau Sampio, D. (editores): *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*, Valencia, Aldea Global
- Ruiz, Carlos (2003): *Ética de la audiencia*, Bilbao, Grafite

- Ruiz, Carlos (2006): *La teoría liberal sobre la libertad de prensa. Vigencia en las sociedades democráticas actuales. El caso español* (Tesis doctoral), Universidad Ramón Llull, Barcelona
- , (2008): *La agonía del cuarto poder. Prensa contra democracia*, Barcelona, Trípodós
- , Masip, P.; Domingo, D.; Díaz Noci, J. y Micó, J. L. (2013): “Participación de la audiencia en el periodismo 2.0” en Gómez Mompert, J. L.; Gutiérrez Lozano, J. F. y Palau Sampio, D. (editores): *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*, Valencia, Aldea Global
- Sahagún, Felipe (2013): “Corresponsales extranjeros ¿especie en extinción o en transformación?” en *Cuadernos de Periodistas*, nº 26, p.17-29
- San Martín, Eduardo (2011): “Autorregulación” en *Periodistas*, nº 26, p.7
- , (2013): “Una autorregulación eficaz” en *Periodistas*, nº 31, p. 7
- Sanmartín, José (coord.) (1998): *Ética y televisión*, Valencia, Centro Reina Sofía
- ; Grisolia, James S. y Grisolia, Santiago (coord.) (1998): *Violencia, televisión y cine*, Barcelona, Ariel
- Savater, Fernando (ed.1998): *Ética para Amador*, Barcelona, Ariel
- Sentís, Carlos (1992): “La profesión periodística”, en *Dos-cents anys de premsa valenciana*, Valencia, Generalitat Valenciana
- Siurana, Juan Carlos y Gracia, Javier (2004): *La inmigración en la prensa valenciana. Análisis ético*, Valencia, CEIM
- Soria, Carlos (1991.a): *La hora de la ética informativa*, Barcelona, Mitre
- , (1991.b): “Derecho a la información”, en Benito, Ángel (dir.), *Diccionario de Ciencias y técnicas de la comunicación*, Madrid, Paulinas
- , (1997): *El laberinto informativo: una salida ética*, Pamplona, Eunsa
- Suárez Villegas, Juan Carlos (ed.) (1999): *Medios de comunicación y autocontrol*, Alcalá de Guadaíra (Sevilla), MAD
- , (2001): *Principios de la ética profesional. A propósito de la actividad informativa*, Madrid, Tecnos
- , (2011): “Deontología para todos, periodistas y medios de comunicación” en *Periodistas*, nº 26, p.26

- Suárez Villegas, Juan Carlos (2012): “La complementariedad entre la deontología y el derecho a propósito de la actividad informativa” en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Vol. 19, nº 1, p. 281-293, recuperado el 24 de septiembre de 2013 en <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/42522/40431>
- , (2013): “La actitud ética de los periodistas andaluces ante cuestiones de especial sensibilidad social” en *Revista Latina de Comunicación Social*, 68. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, pp. 309 a 327, recuperado el 29/4/2014 en http://www.revistalatinacs.org/068/paper/979_Sevilla/13_Suarez.html
- , (2015): “Aspectos éticos y deontológicos de la actividad periodística online. Su percepción por los profesionales” en *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, p. 91-109, recuperado el 10/3/2015 en <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1036us/06es.html>
- Stenholm, Olle (2006): “De qué se quejan en Suecia” en *Cuadernos de Periodistas*, nº 6, abril, p-143-146
- Tamayo, Juan José (coord.) (2007): *Bioética y religión*, Madrid, Dykinson
- Taylor, Charles (2012): *La ética de la autenticidad*, Barcelona, Paidós
- Thompson, Dennis F. (1999): *La ética política y el ejercicio de cargos públicos*, Barcelona, Gedisa
- Tuñez López, Miguel (coord.) (2007): *Comunicación preventiva*, Oliverios (Coruña), Netbiblo
- Valbuena, Felicísimo (1991): “Información y poder”, en Benito, Ángel (dir.), *Diccionario de Ciencias y técnicas de la comunicación*, Madrid, Paulinas
- , (1997): *Teoría general de la información*, Madrid, Noesis
- Vargas Llosa, Mario (2012): *La civilización del espectáculo*, Madrid, Alfaguara
- Velayos, Carmen (2008): *Ética y cambio climático*, Bilbao, Desclee
- Vidal Beneyto, José (coord.) (2002): *La ventana global*, Madrid, Taurus
- , (coord.) (2003): *Hacia una sociedad global*, Madrid, Taurus
- Villanueva, Ernesto (2000) “Deontología informativa: ¿Para qué?”, en Aznar, Hugo y Villanueva, Ernesto (coord.), *Deontología y autorregulación informativa*, México, Universidad Iberoamericana
- , (2001): *Autorregulación informativa y Consejos de Prensa alrededor del mundo: una aproximación comparativa* (Tesis Doctoral), Universidad de Navarra

- Villanueva, Ernesto (2002): *Autorregulación de la Prensa*, México, Universidad Iberoamericana
- Watzlawick, Paul (1992): *¿Es real la realidad?*, Barcelona, Herder
- Xambó, Rafael (1995): *Dies de premsa*, Valencia, L'Eixam
- Yanes Mesa, Rafael (2009): *Comunicación política y periodismo*, Madrid, Fragua
- Zalbidea, Begoña; Pérez, Juan Carlos, López, Susana y Urrutia, Santiago (2012) *Valoración profesional y social de los códigos éticos del periodismo en Euskadi*. Acta del II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. Universidad de La Laguna (Tenerife), recuperado el 15 de marzo de 2014 en http://www.revistalatinacs.org/10SLCS/actas_2010/36Karlos.pdf
- VV.AA. (2010): *Queremos saber. Cómo y por qué la crisis del periodismo nos afecta a todos*, Madrid, Debate
- VV.AA. (2012): “Corresponsales: una especie en extinción” en *Periodistas*, nº 30, p. 8-27
- VV.AA. (2014) “Imprenta” en *Proyecto Filosofía en español*, descargado el 13 de febrero de 2014 en <http://www.filosofia.org/lec/imprenta.htm>

DOCUMENTOS ANEXOS

CÓDIGO DEONTOLÓGICO DE LA FAPE (FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE PERIODISTAS DE ESPAÑA)

PREÁMBULO

En el marco de las libertades civiles consagradas en la Constitución, que constituyen la referencia necesaria para una sociedad plenamente democrática, el ejercicio profesional del Periodismo representa un importante compromiso social, para que se haga realidad para todos los ciudadanos el libre y eficaz desarrollo de los derechos fundamentales sobre la libre información y expresión de las ideas.

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.

Pero los periodistas, también, consideran que su ejercicio profesional en el uso y disfrute de sus derechos constitucionales a la libertad de expresión y al derecho a la información, está sometido a los límites que impidan la vulneración de otros derechos fundamentales.

Por ello, a la hora de asumir estos compromisos, y como verdadera garantía que ofrece a la sociedad española, a la que sirve, la profesión periodística entiende que le corresponde mantener, colectiva e individualmente, una intachable conducta en cuanto se refiere a la ética y la deontología de la información. Los periodistas, integrados en la Federación de Asociaciones de la Prensa de España, se comprometen con la sociedad a mantener en el ejercicio de su profesión los principios éticos y deontológicos que le son propios.

En su virtud, la Asamblea General de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España (*) promulga los siguientes principios y normas deontológicas de la profesión periodística:

I - PRINCIPIOS GENERALES

1. El Periodista actuará siempre manteniendo los principios de profesionalidad y ética contenidos en el presente Código Deontológico, cuya aceptación expresa será condición necesaria para su incorporación al Registro Profesional de Periodistas y a las Asociaciones de la Prensa federadas.
Quienes con posterioridad a su incorporación al Registro y a la correspondiente Asociación actúen de manera no compatible con estos principios, incurrirán en los supuestos que se contemplen en la correspondiente reglamentación.
2. El primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad.
3. De acuerdo con este deber, el periodista defenderá siempre el principio de la libertad de investigar y de difundir con honestidad la información y la libertad del comentario y la crítica.
4. Sin perjuicio de proteger el derecho de los ciudadanos a estar informados, el periodista respetará el derecho de las personas a su propia intimidad e imagen, teniendo presente que:
 - a) Solo la defensa del interés público justifica las intromisiones o indagaciones sobre la vida privada de una persona sin su previo consentimiento.
 - b) En el tratamiento informativo de los asuntos en que medien elementos de dolor o aflicción en las personas afectadas, el periodista evitará la intromisión gratuita y las especulaciones innecesarias sobre sus sentimientos y circunstancias.

- c) Las restricciones sobre intromisiones en la intimidad deberán observarse con especial cuidado cuando se trate de personas ingresadas en Centros hospitalarios o en instituciones similares.
 - d) Se prestará especial atención al tratamiento de asuntos que afecten a la infancia y a la juventud y se respetará el derecho a la intimidad de los menores.
5. El periodista debe asumir el principio de que toda persona es inocente mientras no se demuestre lo contrario y evitar al máximo las posibles consecuencias dañosas derivadas del cumplimiento de sus deberes informativos. Tales criterios son especialmente exigibles cuando la información verse sobre temas sometidos al conocimiento de los Tribunales de Justicia.
- a) El periodista deberá evitar nombrar en sus informaciones a los familiares y amigos de personas acusadas o condenadas por un delito, salvo que su mención resulte necesaria para que la información sea completa u equitativa.
 - b) Se evitará nombrar a las víctimas de un delito, así como la publicación de material que pueda contribuir a su identificación, actuando con especial diligencia cuando se trate de delitos contra la libertad sexual.
6. Los criterios indicados en los dos principios anteriores se aplicarán con extremo rigor cuando la información pueda afectar a menores de edad. En particular, el periodista deberá abstenerse de entrevistar, fotografiar o grabar a los menores de edad sobre temas relacionados con actividades delictivas o enmarcables en el ámbito de la privacidad.
7. El periodista extremará su celo profesional en el respeto a los derechos de los más débiles y los discriminados. Por ello, debe mantener una especial sensibilidad en los casos de informaciones u opiniones de contenido eventualmente discriminatorio o susceptibles de incitar a la violencia o a prácticas humanas degradantes.
- a) Debe, por ello, abstenerse de aludir, de modo despectivo o con prejuicios a la raza, color, religión, origen social o sexo de una persona o cualquier enfermedad o minusvalía física o mental que padezca.
 - b) Debe también abstenerse de publicar tales datos, salvo que guarden relación directa con la información publicada.
 - c) Debe, finalmente, y con carácter general, evitar expresiones o testimonios vejatorios o lesivos para la condición personal de los individuos y su integridad física y moral.

II - ESTATUTO

8. Para garantizar la necesaria independencia y equidad en el desempeño de su profesión, el periodista deberá reclamar, para sí y para quienes trabajen a sus órdenes:
- a) El derecho a unas dignas condiciones de trabajo, tanto en lo que se refiere a la retribución, como a las circunstancias materiales y profesionales en las que debe desempeñar su tarea.
 - b) El deber y el derecho de oposición a cualquier intento evidente de monopolio u oligopolio informativo, que pueda impedir el pluralismo social y político.
 - c) El deber y el derecho de participación en la empresa periodística, para que se garantice su libertad informativa de manera compatible con los derechos del medio informativo en que se exprese.
 - d) El derecho a invocar la cláusula de conciencia, cuando el medio del que dependa pretenda una actitud moral que lesione su dignidad profesional o modifique sustantivamente la línea editorial.
 - e) El derecho y el deber a una formación profesional actualizada y completa.

9. El periodista tiene derecho a ser amparado tanto en el marco de su propia empresa como por las organizaciones asociativas o institucionales, frente a quienes, mediante presiones de cualquier tipo, pretendan desviarle del marco de actuación fijado en el presente Código Deontológico.
10. El secreto profesional es un derecho del periodista, a la vez que un deber que garantiza la confidencialidad de las fuentes de información.
Por tanto, el periodista garantizará el derecho de sus fuentes informativas a permanecer en el anonimato, si así ha sido solicitado. No obstante, tal deber profesional podrá ceder excepcionalmente en el supuesto de que conste fehacientemente que la fuente ha falseado de manera consciente la información o cuando el revelar la fuente sea el único medio para evitar un daño grave e inminente a las personas.
11. Corresponde al periodista vigilar escrupulosamente el cumplimiento por parte de las Administraciones Públicas de su obligación de transparencia informativa. En particular, defenderá siempre el libre acceso a la información proveniente o generada por aquéllas, a sus Archivos o Registros Administrativos.
12. El periodista respetará y hará respetar los derechos de autor que se derivan de toda actividad creativa.

III - PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN

13. El compromiso con la búsqueda de la verdad llevará siempre al periodista a informar sólo sobre hechos de los cuales conozca su origen, sin falsificar documentos ni omitir informaciones esenciales, así como a no publicar material informativo falso, engañoso o deformado. En consecuencia:
 - a) Deberá fundamentar las informaciones que difunda, lo que incluye el deber que contrastar las fuentes y el de dar la oportunidad a la persona afectada de ofrecer su propia versión de los hechos.
 - b) Advertida la difusión de material falso, engañoso o deformado, estará obligado a corregir el error sufrido con toda rapidez y con el mismo despliegue tipográfico y/o audiovisual empleado para su difusión. Asimismo difundirá a través de su medio una disculpa cuando así proceda.
 - c) Asimismo, y sin necesidad de que los afectados acudan a la vía judicial, deberá facilitar a las personas físicas o jurídicas la adecuada oportunidad de replicar a las inexactitudes de forma análoga a la indicada en el párrafo anterior.
14. En el desempeño de sus obligaciones profesionales, el periodista deberá utilizar métodos dignos para obtener la información, lo que excluye los procedimientos ilícitos.
15. El periodista reconocerá y respetará a las personas físicas y jurídicas su derecho a no proporcionar información, ni a responder a las preguntas que se les formulen, sin perjuicio del deber profesional de atender el derecho de los ciudadanos a la información.
16. Con las mismas excepciones previstas para el secreto profesional, el periodista respetará el *off the record* cuando haya sido expresamente invocado o se deduzca que tal fue la voluntad del informante.
17. El periodista establecerá siempre una clara e inequívoca distinción entre los hechos que narra y lo que puedan ser opiniones, interpretaciones o conjeturas, aunque en el ejercicio de su actividad profesional no está obligado a ser neutral.

- 18.** A fin de no inducir a error o confusión de los usuarios, el periodista está obligado a realizar una distinción formal y rigurosa entre la información y la publicidad. Por ello, se entiende éticamente incompatible el ejercicio simultáneo de las profesiones periodísticas y publicitarias. Igualmente, esta incompatibilidad se extenderá a todas aquellas actividades relativas a la comunicación social que supongan un conflicto de intereses con el ejercicio de la profesión periodística y sus principios y normas deontológicas.
- 19.** El periodista no aceptará, ni directa ni indirectamente, retribuciones o gratificaciones de terceros, por promover, orientar, influir o haber publicado informaciones u opiniones de cualquier naturaleza.
- 20.** El periodista no utilizará nunca en beneficio propio las informaciones privilegiadas de las que haya tenido conocimiento como consecuencia del ejercicio profesional. En particular, el periodista que habitual u ocasionalmente informado sobre asuntos financieros estará sujeto a las siguientes limitaciones:
- a)** No podrá utilizar en su propio beneficio económico datos financieros de los que tenga conocimiento antes de su difusión general, ni podrá tampoco transmitir tales datos a terceros.
 - b)** No podrá escribir sobre acciones o valores en los que tenga un interés financiero significativo propio o de sus familiares.
 - c)** No podrá negociar de ningún modo acciones o valores, sobre los que tenga intención de escribir en un futuro próximo.

(*) hoy "Federación de Asociaciones de Periodistas de España", 27 de Noviembre de 1993

CÓDIGO DEONTOLÓGICO DEL COLEGIO DE PERIODISTAS DE CATALUÑA

El Código Deontológico es una iniciativa del *Col.legi de Periodistes de Catalunya* encaminada a reafirmar los principios éticos de la profesión periodística. La presente declaración ha sido elaborada a lo largo de los últimos tres años en el seno del mismo *Col.legi de Periodistes*. Una comisión "ad hoc", creada por iniciativa de la Junta de Gobierno de la entidad e integrada por las comisiones de Defensa Profesional y de Cultura, se encargó de los trabajos de estudio y redacción del proyecto, que fue objeto de sucesivas lecturas y debates hasta adoptar la actual versión definitiva, con las aportaciones hechas desde la misma profesión.

En este proceso ha tenido una participación destacada el Consejo Consultivo del *Col.legi de Periodistes*, órgano de asesoramiento y consulta en el que están representados los medios de comunicación escritos y audiovisuales de Cataluña. Asimismo, el proyecto se difundió y fue sometido a consulta entre todos los colegiados; se le incorporaron algunas propuestas y sugerencias recibidas en diversas sesiones informativas convocadas a este efecto.

El texto final del Código Deontológico que se presenta en este Segundo Congreso de Periodistas Catalanes, fue aprobado definitivamente por la Junta de Gobierno del *Col.legi de Periodistes de Catalunya* en su reunión plenaria del pasado 22 de octubre de 1992.

Barcelona, octubre de 1992

PREÁMBULO

El *Col.legi de Periodistes de Catalunya* y el Consejo Consultivo de la entidad, en el que están representados los diferentes medios de comunicación de Cataluña, han coincidido en la necesidad de promover una iniciativa colectiva de la profesión periodística, encaminada a reafirmar los derechos de la libertad de expresión y de información y a defender la existencia de una Prensa libre y responsable en el marco de una sociedad plural y democrática.

Esta iniciativa se inscribe en la reconocida tradición democrática e independiente del colectivo profesional de la prensa de Cataluña y se inspira en actuaciones parecidas recientes, adoptadas en países de gran trayectoria democrática y con una sólida institución periodística. Esta propuesta se enmarca en el seno del debate social permanente sobre la función y las atribuciones de los medios de comunicación y pretende estimular la reflexión y la crítica colectivas para una mejor relación entre la Prensa y la sociedad, a la que se dirige y sirve.

Con esta finalidad, invita y anima a las entidades y a los profesionales del ámbito de la información y la comunicación en general a reafirmar los principios deontológicos que sustentan la actividad periodística, suscribiendo y asumiendo voluntariamente los criterios recogidos en la siguiente declaración.

INTRODUCCIÓN

La libertad de expresión y el derecho a la información son dos fundamentos sustanciales de la sociedad democrática, Ambos son derechos recogidos y amparados por la Constitución. Del vigor, el respeto y la plena vigencia de estos principios depende la existencia de una opinión pública plural e independiente, requisito indispensable para el buen desarrollo de la vida pública y la plenitud del sistema democrático.

La garantía de los derechos de los ciudadanos requiere la defensa de una Prensa libre, plural, crítica y abierta a la sociedad a la que sirve. La importancia de la función social

que presta el periodista a través de los medios de comunicación, como elemento principal para el ejercicio de estos derechos, exige salvaguardar permanentemente estos principios de cualquier intento de restricción o coacción procedente de toda forma de poder, así como de su posible degradación, producida por su eventual inobservancia o adulteración por parte de los propios medios o de quienes trabajan en ellos.

En su condición de actores principales del ejercicio de un derecho fundamental, del que son depositarios todos los ciudadanos, los profesionales de la información deben desarrollar su función atendiendo al doble compromiso de la responsabilidad derivada de su importante tarea y del mandato de su propia conciencia, de acuerdo con el ordenamiento constitucional y los principios deontológicos de la profesión periodística.

Para mantener con plenitud estos principios, el periodista debe defender y aplicar rigurosamente las normas en que se basa su actividad, atendiendo a los siguientes criterios:

CRITERIOS

Observar siempre una clara distinción entre hechos y opiniones o interpretaciones, evitando toda confusión o distorsión deliberada de ambas cosas, así como la difusión de conjeturas y rumores.

Difundir únicamente informaciones fundamentadas, evitando en cualquier caso afirmaciones o datos imprecisos y sin base suficiente que puedan lesionar o menospreciar la dignidad de las personas y provocar un daño o descrédito injustificados a instituciones y entidades públicas y privadas, así como la utilización de expresiones o calificativos injuriosos.

Rectificar con diligencia y con tratamiento adecuado a la circunstancia, las informaciones y las opiniones que se deriven de ellas cuya falsedad haya sido demostrada y que, por ese motivo, resulten perjudiciales para los derechos o intereses legítimos de las personas y/o organismos afectados, sin eludir, si fuera preciso, la disculpa, con independencia de lo que las leyes dispongan al respecto.

Utilizar métodos dignos para obtener información o imágenes, sin recurrir a procedimientos ilícitos.

Respetar el *off the record* cuando éste haya sido expresamente invocado, de acuerdo con la práctica usual de esta norma en una sociedad libre.

Reconocer a las personas individuales y/o jurídicas su derecho a no proporcionar información ni responder preguntas, sin perjuicio del deber de los periodistas de atender el derecho de los ciudadanos a la información. En cuanto a asuntos relacionados con las administraciones públicas, el derecho fundamental a la información debe prevalecer siempre por encima de cualquier restricción que vulnere injustificadamente el principio de la transparencia informativa a la que estén obligadas.

No aceptar nunca retribuciones o gratificaciones de terceros, para promover, orientar, influir o haber publicado informaciones u opiniones. En todo caso, no se debe simultanear el ejercicio de la actividad periodística con otras actividades profesionales incompatibles con la deontología de la información, como la publicidad, las relaciones públicas y las asesorías de imagen, ya sea en el ámbito de las instituciones u organismos públicos, como en entidades privadas.

No utilizar nunca en beneficio propio informaciones privilegiadas obtenidas de forma confidencial como periodistas en ejercicio de su función informativa.

Respetar el derecho de las personas a su propia intimidad e imagen, especialmente en casos o acontecimientos que generen situaciones de aflicción o dolor, evitando la intromisión gratuita y las especulaciones innecesarias sobre sus sentimientos y circunstancias, especialmente cuando las personas afectadas lo expliciten.

Observar escrupulosamente el principio de presunción de inocencia en las informaciones y opiniones relativas a causas o procedimientos penales en curso.

Tratar con especial cuidado toda información que afecte a menores, evitando difundir su identificación cuando aparezcan como víctimas (excepto en el supuesto de homicidio), testigos o inculpados en causas criminales, sobre todo en asuntos de especial trascendencia social, como es el caso de los delitos sexuales. También se evitará identificar contra su voluntad a las personas próximas o parientes inocentes de acusados o convictos en procedimientos penales.

Actuar con especial responsabilidad y rigor en el caso de informaciones u opiniones con contenidos que puedan suscitar discriminaciones por razones de sexo, raza, creencia o extracción social y cultural así como o incitar al uso de la violencia, evitando expresiones o testimonios vejatorios o lesivos para la condición personal de los individuos y su integridad física y moral.

DECLARACIÓN FINAL

Los periodistas tienen que disponer de los medios e instrumentos imprescindibles para poder desarrollar su actividad con plena independencia, libertad, iniciativa y sentido de la responsabilidad, tanto en lo referente al ámbito profesional como al estrictamente laboral.

En este sentido, y para plena garantía de sus derechos individuales y de su compromiso ante los ciudadanos, los profesionales de la información deberán estar amparados por la cláusula de conciencia y el secreto profesional, dentro del marco de las leyes, tal como recoge la Constitución.

Asimismo, consideramos necesario el establecimiento de los estatutos de redacción, como instrumento más adecuado para delimitar sus derechos y deberes en las empresas y para conseguir en última instancia una mayor transparencia en el ejercicio de su función ante los ciudadanos.

Las entidades y organizaciones profesionales representativas deberán velar por la buena imagen de la profesión periodística, procurando evitar las prácticas abusivas y corruptivas que contravengan los principios elementales de la ética del periodismo, así como los intentos de limitar el derecho de los ciudadanos a la libertad de expresión y de información, mediante actos u opiniones dirigidos a restringir o influir lesivamente en la libre actividad de los medios de comunicación y de quienes trabajan en ellos.

De cara a una mejor y más fiel realización de esta tarea, habría que considerar la constitución de un organismo arbitral, representativo, plural e independiente de los poderes públicos que, sin olvidar los derechos constitucionales que asisten a los particulares y las empresas, y al margen de las atribuciones de los órganos judiciales, atendiese de forma permanente esta función.

EDITORS' CODE
(Código Deontológico de la *Press Complaints Commission*)

Todos los miembros de la prensa tienen el deber de mantener los más altos estándares profesionales. El código, que incluye este preámbulo y las excepciones por interés público al final, establece la medida de estos estándares éticos, protegiendo tanto los derechos de los individuos como el derecho público a conocer. Es la piedra angular del sistema de autorregulación con el que la industria ha establecido un compromiso vinculante.

Es esencial que un código acordado sea seguido no sólo en la letra sino en su espíritu. No debería ser interpretado de forma tan restringida que pueda poner en cuestión su compromiso de respetar los derechos individuales, ni de forma tan amplia que pueda constituir una innecesaria interferencia con la libertad de expresión o que evite la publicación en nombre del interés público.

Es responsabilidad de los editores aplicar el código al material editorial tanto en las versiones impresas como *online* de las publicaciones. Deberán asegurarse de que es rigurosamente cumplido por todo el equipo editorial y los colaboradores externos, incluyendo a los no periodistas, en las versiones impresas y *online* de sus publicaciones.

Los editores deberán cooperar con la Comisión de Quejas sobre la Prensa. Cualquier publicación que se juzgue que ha incumplido el código debe publicar la resolución de forma completa y con la prominencia que estime oportuna el Director de la Comisión, incluyendo una referencia en titulares a la PCC.

1.- Precisión

La Prensa debe tener cuidado de no publicar información imprecisa, engañosa o distorsionada, incluyendo las imágenes.

Una imprecisión significativa, una afirmación engañosa o una distorsión deben ser corregidas una vez identificadas, de inmediato y con el debido relieve y – de ser apropiado-, se debe publicar una nota de perdón. En casos relacionados con la Comisión, el relieve debe ser previamente consensuado con el PCC.

La prensa, aunque libre de tomar partido, debe distinguir claramente entre comentario, conjetura y hecho.

Una publicación debe informar clara y precisamente de cómo finaliza una acción por difamación en la que haya sido parte, a menos que un acuerdo consensuado diga lo contrario, o se publique una declaración de acuerdo.

2.- Oportunidad de réplica

Se debe dar una adecuada oportunidad de contestar las inexactitudes cuando se solicite de forma razonable.

3.-*Privacidad

a. Todo el mundo tiene derecho al respecto de su vida privada y familiar, su casa, su salud y su correspondencia, incluyendo las comunicaciones digitales.

b. Se espera de los editores que justifiquen las intrusiones en la vida privada de los individuos sin su consentimiento. Se tomará nota de las propias revelaciones de información de los titulares de las quejas.

c. Es inaceptable fotografiar a las personas en sitios privados sin su consentimiento.

Nota: Por sitios privados se entiende las propiedades públicas o privadas donde hay una expectativa razonable de privacidad.

4.-*Hostigamiento

- a. Los periodistas no deben caer en la intimidación, el hostigamiento o la persecución persistente.
- b. No deben persistir en preguntar, telefonear, perseguir o fotografiar personas una vez se les haya solicitado dejar de hacerlo; ni permanecer en una propiedad cuando se les haya solicitado abandonarla. Si se les pide, deben identificarse a sí mismos y a quienes representan.
- c. Los editores deben asegurarse que estos principios son observados por los que trabajen para ellos y tener cuidado de no usar material de otras fuentes que no cumplan estas normas.

5.- Intrusión en la desgracia o el trauma

En los casos relacionados con desgracias personales o traumas, las preguntas y aproximaciones deben hacerse con simpatía y discreción, y la publicación debe llevarse a cabo con sensibilidad. Esto no debería restringir el derecho a informar de procedimientos legales, tales como investigaciones.

Nota: Cuando se informe sobre suicidios, se debería tener cuidado en evitar un detalle excesivo sobre el método usado.

6.-*Infancia

- a. Los jóvenes deben tener derecho a terminar su horario escolar sin ninguna intrusión innecesaria
- b. Un joven menor de 16 años no debe ser entrevistado o fotografiado sobre asuntos relacionados con su bienestar o el de otro menor, a menos que un progenitor o un adulto con similar responsabilidad esté de acuerdo.
- c. Los alumnos no deben ser abordados ni fotografiados en la escuela sin permiso de las autoridades escolares.
- d. No debe pagarse a los menores por asuntos relacionados con el bienestar de los niños, ni tampoco los padres o responsables por material sobre sus hijos o niños a cargo, a menos que sea claramente en el interés de los niños.
- e. Los editores no deben usar la fama, notoriedad o posición de un padre o tutor como única justificación para publicar detalles sobre la vida privada de un menor.

7.-*Niños en asuntos de sexo.

- a. La prensa no debe, incluso si legalmente puede hacerlo, identificar a niños menores de 16 años que sean víctimas o testigos en casos relacionados con abusos sexuales.
- b. En cualquier información en prensa sobre un caso relacionado con abusos sexuales a un menor:
 - El niño no debe ser identificado
 - El adulto puede ser identificado
 - La palabra “incesto” no debe ser usada cuando pueda identificarse a una víctima menor.
 - Se debe tener cuidado de que nada en la información implique la relación entre el acusado y el niño.

8.-*Hospitales

- a. Los periodistas deben identificarse y obtener permiso de un responsable antes de entrar en áreas no públicas de hospitales o instituciones similares para hacer investigaciones.
- b. Las restricciones sobre la intrusión en la privacidad son particularmente relevantes en lo que respecta a investigaciones sobre individuos en hospitales o instituciones similares.

9.-*Informando sobre delitos

- a. Los parientes o amigos de personas convictas o acusadas de delitos no deberían en general ser identificadas sin su consentimiento, a menos que sean verdaderamente relevantes para la historia.
- b. Deberá prestarse un cuidado especial a la posición potencialmente vulnerable de niños que sean testigos o víctimas de un delito. Esto no debería restringir el derecho a informar sobre procedimientos legales.

10.-*Aparatos clandestinos y subterfugios

- a. La prensa no debe intentar obtener o publicar material adquirido usando cámaras ocultas o artefactos de escucha clandestina; ni interceptando llamadas telefónicas fijas o móviles, mensajes o emails; ni por la obtención no autorizada de documentos o fotografías; ni accediendo a información digital privada sin consentimiento.
- b. Incurrir en falsedad o subterfugio, incluso por agentes o intermediarios, puede ser justificado generalmente sólo por el interés público y solo cuando el material no pueda conseguirse por otros medios.

11.- Víctimas de ataques sexuales

La prensa no debe identificar a las víctimas de ataques sexuales o publicar material que pueda contribuir a dicha identificación al menos que haya una justificación adecuada y puedan hacerlo desde un punto de vista legal.

12.- Discriminación

- a. La prensa debe evitar las referencias peyorativas a la raza, color, religión, género, orientación sexual o a cualquier enfermedad física o mental o discapacidad de los individuos.
- b. Los detalles sobre la raza, el color, la religión, la orientación sexual, la enfermedad física o mental o la discapacidad de los individuos debe evitarse a menos que sea verdaderamente relevante para la historia.

13.- Periodismo financiero

- a. Incluso si la ley no lo prohíbe, los periodistas no deben usar en su propio beneficio la información financiera que reciben antes de su publicación, ni deberían pasar esa información a otros.
- b. No deben informar acerca de acciones o valores en cuyo rendimiento sepan que ellos o sus familiares cercanos tienen un significativo interés financiero, sin revelar dicho interés al editor o al editor financiero.
- c. No deben comprar o vender, ni directamente ni a través de apoderados o agentes, acciones o valores sobre los que hayan escrito recientemente o sobre los que vayan a escribir en un futuro próximo.

14.- Fuentes confidenciales

Los periodistas tienen la obligación moral de proteger las fuentes confidenciales de información.

15.- Pagos a testigos en juicios criminales

- a. No debería hacerse ningún pago ni oferta de pago a testigos –o cualquier persona que pueda esperarse que sea citada como testigo- en ningún caso, una vez que el procedimiento legal esté activo según se define en el *Contempt of Court Act* de 1981. Esta prohibición dura hasta que el sospechoso haya sido puesto en libertad de forma incondicional por la policía sin cargos ni fianza o el procedimiento se haya interrumpido; o haya entrado en el tribunal una declaración de culpabilidad; o, aunque no haya declaración de culpabilidad, el tribunal haya anunciado su veredicto.

b. *Cuando el procedimiento no esté todavía activo pero sea previsible, los editores no deben hacer ofertas de pago a ninguna persona que pueda estimarse que vaya a ser llamada como testigo, a menos que la información relacionada pudiera ser considerada de interés público y haya una imperiosa necesidad de hacer o prometer pagos para que esto pueda ser llevado a cabo; y se hayan dado todos los pasos razonables para asegurarse de que cualquier trato económico no pueda influir en la declaración aportada por estos testigos. De ninguna manera estos pagos deberían estar condicionados al resultado del juicio.

c. *Cualquier pago u oferta de pago hecha a una persona posteriormente citada a presentar testimonio debe ser revelado al fiscal y a la defensa. El testigo debe ser avisado de este requisito.

16.- *Pagos a criminales.

a. Los pagos u ofertas de pago a cambio de historias, fotos o información, cuyo fin sea aprovecharse de un crimen particular o glorificar o exaltar el crimen en general, no deben ser hechos directamente ni a través de agentes a criminales convictos o confesos, ni a sus asociados –lo que puede incluir familia, amigos o colegas.

b. Los editores que invoquen el interés público para justificar pagos u ofertas necesitarán demostrar que había una buena razón para creer que se iba a servir al interés público. Si, a pesar del pago, no apareciera interés público, entonces el material no debería ser publicado.

17.- El interés público:

Puede haber **excepciones a las cláusulas marcadas con * cuando** pueda demostrarse que se actúa en interés público.

a. El interés público incluye, sin estar limitado a:

1.- Detectar o exponer el delito o la conducta gravemente impropia.

2.- Proteger la salud y seguridad públicas.

3.- Evitar que el público sea inducido a error por una acción o declaración de un individuo u organización.

b. Existe el interés público en la libertad de expresión en sí misma

c. En cualquier momento en que se invoque el interés público, la PCC requerirá a los editores a que demuestren de forma satisfactoria que ellos creían que la publicación o la actividad periodística llevada a cabo con vistas a su publicación iba a ser de interés público y cómo y con quién se pensó en ello en su momento.

d. La PCC considerará hasta qué punto un material está ya en el dominio público, o se convertirá en ello.

e. En casos relacionados con niños menores de 16 años, los editores deben demostrar un excepcional interés público para evitar el primordial interés del niño.

Versión del Código ratificada por la PCC en diciembre de 2011 y cuyas modificaciones entraron en vigor a partir del uno de enero de 2012.

CÓDIGO DE CONDUCTA PUBLICITARIA DE AUTOCONTROL (Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial)

El presente Código de Conducta Publicitaria fue aprobado en la Asamblea General Extraordinaria celebrada el 19 de diciembre de 1996, según lo establecido en los Estatutos de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial. Última versión, con las modificaciones aprobadas por la Asamblea General Ordinaria, el día 26 de abril de 2011.

I.- ÁMBITO DE APLICACIÓN Y NORMAS GENERALES

1.- Ámbito de aplicación.

Estas normas deontológicas se aplican a toda actividad de comunicación publicitaria tendente a fomentar, de manera directa o indirecta y sean cuales fueren los medios empleados, la contratación de bienes o servicios, o el potenciamiento de marcas y nombres comerciales.

También serán aplicables las presentes normas deontológicas a cualquier anuncio emitido por cuenta de cualesquiera personas físicas o jurídicas, de carácter privado, con el fin de promover determinadas actitudes o comportamientos.

No serán de aplicación a la publicidad política.

2.- Objeto y fines de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial.

2.1.- El objeto de la Asociación es contribuir a que la publicidad constituya un instrumento particularmente útil en el proceso económico, velando por el respeto a la ética publicitaria y a los derechos de los destinatarios de la publicidad, con exclusión de la defensa de intereses profesionales.

2.2.- A título simplemente enunciativo se consideran como fines de la Asociación los siguientes:

a) La elaboración de códigos de ética publicitaria, tanto de carácter general como de carácter sectorial, que recojan las normas básicas de conducta que deberán ser respetadas en la actividad publicitaria.

b) Dirimir las controversias y conflictos que puedan suscitarse por la realización de una determinada publicidad y que le sean sometidos por sus asociados o por terceros.

c) Elaborar dictámenes, informes, estudios de cualquier clase o naturaleza sobre cuestiones concernientes a la publicidad, cuando le sean solicitadas, bien por un asociado, bien por las Administraciones Públicas, bien por cualquier tercero.

d) Constituirse en parte procesal para defender los objetivos de la Asociación y el interés general en el cumplimiento de las disposiciones publicitarias que rijan en España.

e) Colaborar activamente con las Administraciones Públicas, Organismos Públicos e Instancias Internacionales para conseguir que la publicidad se ajuste a las normas por las que se rige, así como en general dirigir instancias, formular propuestas, realizar sugerencias o emitir informes para esos organismos y autoridades en materias que afecten a la publicidad.

f) Contribuir al desarrollo y perfeccionamiento de la legislación española sobre la publicidad.

g) Participar en organizaciones asociativas de ámbito nacional o internacional que interesen a los fines de la Asociación.

h) Cualquier otra actividad complementaria o que sea consecuencia de los fines expresados en los apartados anteriores.

3.- Obligaciones de los asociados.

Los asociados de la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial estarán obligados a:

- a) Respetar en su actividad publicitaria las normas legales y los Códigos de Conducta Publicitaria que le resulten de aplicación.
- b) Cumplir las resoluciones que adopte el Jurado.
- c) Facilitar información solvente y responsable sobre las cuestiones que no tengan carácter reservado o puedan suponerle perjuicio o riesgos graves, cuando tal información le sea requerida por los Órganos de Gobierno de la Asociación o el Jurado.

4.- El Jurado: composición, conflicto de intereses y atribuciones.

4.1.- El Jurado es un órgano especializado en materia deontológica-publicitaria, formado por personas de reconocido prestigio en el campo de la publicidad o de la comunicación comercial, con las atribuciones que se especifican en los Estatutos y en su Reglamento, y cuyas actuaciones estarán presididas por criterios, entre otros, de independencia. En cuanto Órgano especializado, el Jurado gozará de plena y absoluta independencia en sus funciones.

4.2.- El Jurado de la Publicidad estará compuesto por un Presidente, varios Vicepresidentes y vocales de indiscutible imparcialidad, que ni en los tres años anteriores ni mientras dure su mandato podrán mantener relación laboral, mercantil, orgánica o de otra índole que implique colaboración estable con los miembros de la Asociación

4.3.- Los miembros del Jurado deberán abstenerse y podrán ser recusados en caso de conflicto de intereses, en los términos previstos en el Reglamento del Jurado.

4.4.- Los órganos directivos de la asociación fomentarán el nombramiento de miembros del Jurado a propuesta de organismos que promuevan los intereses de los consumidores y usuarios o que representen intereses sociales.

4.5.- Tendrá las siguientes atribuciones:

- a) Formular los anteproyectos de Códigos de Ética Publicitaria y otras normas de conducta en materia de publicidad que se presenten a la Junta Directiva de la Asociación para su tramitación definitiva.
- b) Resolver los expedientes abiertos en relación con los asociados y terceros, por presunta infracción de los códigos y normas de conducta aprobados por la Asociación, de conformidad con su Reglamento.
- c) Emitir dictámenes de carácter técnico o deontológico sobre las diversas cuestiones publicitarias que le sean solicitados por la Asociación.
- d) Actuar como árbitro en aquellas cuestiones publicitarias que le sean sometidas a su decisión.
- e) Cualquier otra función que le sea expresamente encomendada por la Junta Directiva sobre materias relacionadas con la publicidad.

5.- El Jurado: Actuación en Pleno y por Secciones. Recurso de alzada.

El Jurado podrá actuar en Pleno o por Secciones.

Las reclamaciones por infracción de los códigos y normas de conducta que aplica el Jurado serán resueltas por las Secciones.

El Pleno tendrá competencia para resolver los recursos de alzada que se interpongan contra las resoluciones dictadas por las Secciones.

6.- Procedimiento.

El procedimiento se incoará de oficio o por reclamación de cualquier persona que tenga interés legítimo en que se proceda en relación con una determinada publicidad, y se tramitará de conformidad con lo previsto en el Reglamento del Jurado.

7.- Eficacia de las resoluciones.

Las resoluciones del Jurado tendrán eficacia no sólo entre las partes contendientes, sino que también vinculan a los demás asociados. Corresponde a los órganos directivos de la asociación velar por el eficaz cumplimiento de las resoluciones del Jurado, así como aplicar el régimen disciplinario previsto en los Estatutos en caso de incumplimiento y, si lo estiman pertinente, poner en conocimiento de las autoridades competentes eventuales infracciones cometidas a través de la comunicación comercial.

8.- Normas aplicables.

El Jurado resolverá las reclamaciones aplicando el presente Código de Conducta Publicitaria y, en caso de resultar aplicables, los Códigos Sectoriales aprobados por la Asociación o cuya aplicación le haya sido encomendada.

Con carácter subsidiario en relación a las normas antes citadas, también resultará de aplicación el Código Consolidado CCI en materia de publicidad comercial y mercadotecnia de la Cámara Internacional de Comercio.

II.- NORMAS DEONTOLOGICAS

A.- PRINCIPIOS BÁSICOS

1.- Valor de la publicidad.

Ninguna comunicación publicitaria deberá desmerecer del servicio que la publicidad rinde al mercado a cuyo buen funcionamiento se ordena.

2.- Respeto a la legalidad y a la Constitución.

La publicidad debe respetar la legalidad vigente y de manera especial los valores, derechos y principios reconocidos en la Constitución.

3.- Interpretación de los anuncios publicitarios.

3.1.- Los anuncios y las expresiones publicitarias deben ser analizadas en su conjunto, sin descomponer sus partes integrantes y atendiendo a la impresión global que generen en sus destinatarios.

3.2.- No obstante lo anterior, podrán ser objeto de análisis específico aquellas partes que, por aparecer de forma especialmente destacada, capten principalmente la atención del consumidor.

3.3.- En todo caso, cuando un anuncio contenga un mensaje claramente destacado en el sentido del párrafo anterior, el anunciante deberá adoptar las medidas necesarias para que las restantes partes del anuncio sean claramente comprensibles y no introduzcan ni modificaciones ni limitaciones relevantes del mensaje principal.

3.4.- Al analizar un mensaje publicitario, el Jurado podrá tomar en consideración aspectos relacionados con el mismo o incluso ajenos a aquél siempre que estos elementos puedan llegar a incidir en la interpretación del mensaje por parte de sus destinatarios. En particular, podrá analizarse la influencia que en la interpretación del mensaje puedan tener aspectos tales como el horario de emisión, el medio de difusión utilizado, los canales y modalidades de comercialización del producto promocionado, u otras acciones publicitarias anteriores o simultáneas en el mismo o en otros medios, que puedan guardar relación con el mensaje analizado.

3.5.- Al analizar un mensaje publicitario, el Jurado tomará en consideración la perspectiva de un consumidor medio normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz, dentro del círculo de destinatarios a los que se dirija la publicidad.

4.- Buena fe.

La publicidad no deberá constituir nunca un medio para abusar de la buena fe del consumidor.

5.- Explotación del miedo.

La publicidad no ofrecerá argumentos que se aprovechen del miedo, temor o supersticiones de los destinatarios. Los anunciantes podrán recurrir al miedo, siempre proporcionado al riesgo, para alentar un comportamiento prudente o desalentar acciones peligrosas, imprudentes o ilegales.

6.- No incitación a la violencia.

La publicidad no incitará a la violencia, ni sugerirá ventajas en las actitudes de violencia.

7.- No incitación a comportamientos ilegales.

La publicidad no incitará a comportamientos ilegales.

8.- Respeto al buen gusto.

La publicidad no deberá incluir contenidos que atenten contra los criterios imperantes del buen gusto y del decoro social, así como contra las buenas costumbres.

9.- Prácticas peligrosas y seguridad.

La publicidad no deberá alentar prácticas peligrosas salvo cuando lo haga en un contexto en que precisamente pueda deducirse que fomenta la seguridad.

10.- Publicidad discriminatoria.

La publicidad no sugerirá circunstancias de discriminación ya sea por razón de raza, nacionalidad, religión, sexo u orientación sexual, ni atentará contra la dignidad de la persona. En particular, se evitarán aquellos anuncios que puedan resultar vejatorios o discriminatorios para la mujer.

11.- Derecho al honor.

La publicidad ha de respetar necesariamente los derechos al honor, a la intimidad y a la propia imagen.

12.- Respeto al medio ambiente.

La publicidad no incitará ni alentará comportamientos que perjudiquen el medio ambiente.

B.- AUTENTICIDAD

13.- La publicidad será identificable como tal sea cual sea su forma o el medio utilizado.

C.- EXIGENCIA DE VERACIDAD

14.- Publicidad engañosa.

14.1.- La publicidad no deberá ser engañosa. Se entiende por publicidad engañosa aquélla que de cualquier manera induzca o pueda inducir a error a sus destinatarios, siendo susceptible de alterar su comportamiento económico, siempre que incida sobre alguno de los siguientes aspectos:

a) La existencia o la naturaleza del bien o servicio.

b) Las características principales del bien o servicio, tales como su disponibilidad, sus beneficios, sus riesgos, su ejecución, su composición, sus accesorios, el procedimiento y la fecha de su fabricación o suministro, su entrega, su carácter apropiado, su utilización, su cantidad, sus especificaciones, su origen geográfico o

comercial o los resultados que pueden esperarse de su utilización, o los resultados y características esenciales de las pruebas o controles efectuados al bien o servicio.

c) La asistencia posventa al cliente y el tratamiento de las reclamaciones.

d) El alcance de los compromisos del empresario o profesional, los motivos de la conducta comercial y la naturaleza de la operación comercial o el contrato, así como cualquier afirmación o símbolo que indique que el empresario o profesional o el bien o servicio son objeto de un patrocinio o una aprobación directa o indirecta.

e) El precio o su modo de fijación, o la existencia de una ventaja específica con respecto al precio.

f) La necesidad de un servicio o de una pieza, sustitución o reparación, y la modificación del precio inicialmente informado, salvo que exista un pacto posterior entre las partes aceptando tal modificación.

g) La naturaleza, las características y los derechos del empresario o profesional o su agente, tales como su identidad y su solvencia, sus cualificaciones, su situación, su aprobación, su afiliación o sus conexiones y sus derechos de propiedad industrial, comercial o intelectual, o los premios y distinciones que haya recibido.

h) Los derechos legales o convencionales del consumidor o los riesgos que éste pueda correr.

14.2.- Igualmente, se considerará engañosa aquella publicidad que omita información necesaria para que el destinatario pueda adoptar una decisión sobre su comportamiento económico con el debido conocimiento de causa, y que por esta razón pueda distorsionar de forma significativa su comportamiento económico.

14.3.- Para la aplicación del párrafo anterior se tendrán en cuenta todas características y circunstancias de la publicidad, así como las limitaciones del medio de comunicación utilizado. Cuando el medio de comunicación utilizado imponga limitaciones de espacio o de tiempo, para valorar la existencia de una omisión de información se tendrán en cuenta estas limitaciones y todas las medidas adoptadas por el empresario o profesional para transmitir la información necesaria por otros medios.

D.- NORMAS SOBRE DETERMINADAS FORMAS Y TÉCNICAS PUBLICITARIAS.

15.- Garantías.

La publicidad no debe contener referencia a garantías que no mejoren la posición legal del contratante. La publicidad podrá recoger los términos "garantía", "garantizado", "certificado" o palabras con el mismo significado a condición de que no se induzca o se pueda inducir a error al consumidor sobre el alcance de la garantía.

16.- Disponibilidad de productos.

No se podrán ofrecer productos o servicios que no puedan suministrarse o prestarse a no ser que se exprese en el anuncio el momento o plazo de entrega o prestación.

17.- Datos técnicos.

Cuando en la publicidad se difundan datos técnicos, científicos o de estadísticas deberán ser relevantes y comprobables, no darán lugar a error sobre las personas físicas o jurídicas, la naturaleza de éstas y demás circunstancias que los avalen.

18.- Ensayos comparativos.

La difusión de ensayos comparativos de productos o servicios deberá revelar la persona física o jurídica que los haya realizado, así como la fecha de su realización. En el caso de difusión parcial ésta deberá realizarse de manera equitativa.

19.- Testimonios.

Cuando la publicidad incluya recomendaciones y/o testimonios, esto es, aseveraciones de personas ajenas al anunciante y que no actúan como portavoces de éste, sean o no retribuidos, deberá responder a la verdad, tanto en cuanto a la persona del recomendante y/o testimoniante, cuanto acerca del contenido de la recomendación y/o del testimonio. El anunciante deberá contar con autorización por escrito del testimoniante y a aquél le incumbe probar la verdad del anuncio. Esta publicidad sólo podrá utilizarse en tanto se mantengan vigentes las condiciones anteriores.

20.- Explotación del prestigio ajeno e imitación.

20.1.- La publicidad no deberá contener ni explícita ni implícitamente referencias a los signos distintivos de otro anunciante, fuera de los casos legal o convencionalmente admitidos o de publicidad comparativa aceptable.

20.2.- Los anuncios tampoco deberán imitar el esquema general, texto, eslogan, signos distintivos, presentación visual, música, ni los efectos sonoros de otros anuncios, nacionales o extranjeros, aunque sean de campañas ya concluidas, cuando cualquiera de estos elementos estén protegidos por derechos de propiedad industrial o intelectual o la publicidad pueda generar un riesgo de confusión en los consumidores, o implique un aprovechamiento indebido del esfuerzo o de la reputación ajenas.

21.- Denigración.

La publicidad no deberá denigrar ni menospreciar, implícita o explícitamente, a otras empresas, actividades, productos o servicios. No se considerarán denigración las manifestaciones recogidas en el mensaje publicitario que sean exactas, verdaderas y pertinentes. En particular, no se estimarán pertinentes las alusiones a las circunstancias personales del empresario o de su empresa.

22.- Comparaciones.

La publicidad comparativa, directa o indirecta, deberá respetar los requisitos expuestos seguidamente:

- a) Los bienes o servicios comparados habrán de tener la misma finalidad o satisfacer las mismas necesidades.
- b) La comparación se realizará de modo objetivo entre una o más características esenciales, pertinentes, verificables y representativas de los bienes o servicios, entre las cuales podrá incluirse el precio.
- c) En el supuesto de productos amparados por una denominación de origen o indicación geográfica, denominación específica o especialidad tradicional garantizada, la comparación sólo podrá efectuarse con otros productos de la misma denominación.
- d) No podrán presentarse bienes o servicios como imitaciones o réplicas de otros a los que se aplique una marca o nombre comercial protegido.
- e) La comparación no podrá contravenir lo establecido por las normas 14, 20 y 21 del presente Código engaño, denigración y confusión y explotación de la reputación ajena.

23.- Prueba de las alegaciones.

Corresponde al anunciante la carga de probar la veracidad de las afirmaciones y alegaciones incluidas en la publicidad.

24.- Publicidad agresiva.

La publicidad no deberá ser agresiva. Se entiende por publicidad agresiva aquella que sea susceptible de mermar de manera significativa, mediante acoso, coacción, incluido el uso de la fuerza, o influencia indebida, la libertad de elección o conducta

del destinatario y, por consiguiente, afecte o pueda afectar a su comportamiento económico.

25.- Promociones.

La publicidad de promociones, como concursos u operaciones semejantes, indicará claramente las condiciones sustanciales de participación y su duración. En ningún caso se enmascararán las condiciones necesarias para obtener el premio, ni los costes implícitos para su recepción o para participar en la promoción.

26.- Características comunes.

Nadie puede sugerir, en su publicidad, que su producto o servicio posee características particulares cuando éstas sean comunes entre los productos o servicios similares.

27.- Campañas con causa social.

27.1.- Cuando en la publicidad se haga referencia a la participación de un anunciante en un acto o campaña benéfica, la publicidad deberá respetar de forma escrupulosa los principios de veracidad y buena fe.

27.2.- Además, deberán observarse las siguientes reglas:

- a) El anunciante deberá revelar de forma explícita, inequívoca, y sin inducir a error, el alcance de su participación en el correspondiente acto o campaña benéfica.
- b) Si en la publicidad se hace referencia a alguna organización de carácter solidario, deberá contarse con el consentimiento de ésta y deberán también respetarse las instrucciones impartidas por ésta o las condiciones bajo las cuales fue concedida la autorización.

E.- PROTECCIÓN DE NIÑOS Y ADOLESCENTES

28.- La publicidad dirigida a niños deberá ser extremadamente cuidadosa. La misma no deberá explotar la ingenuidad, inmadurez, inexperiencia o credulidad natural de los niños o adolescentes, ni abusar de su sentido de la lealtad.

La publicidad dirigida a los niños o adolescentes, o susceptible de influirles, no deberá contener declaraciones o presentaciones visuales que puedan producirles perjuicio mental, moral o físico.

Se tendrá especial cuidado para asegurar que los anuncios no engañen o induzcan a error a los niños en lo que se refiere al tamaño real, valor, naturaleza, durabilidad y rendimiento del producto anunciado. Si se requiere el uso de otros artículos para su correcta utilización (por ejemplo, pilas) o para conseguir el resultado descrito o mostrado (por ejemplo, pintura) ello debe quedar explícitamente expresado. Los anuncios no deben sobrestimar el nivel de habilidad o el límite de edad de los niños para poder disfrutar o utilizar los productos.

F.- PROTECCIÓN DE LA SALUD

29.- La publicidad evitará incitar a sus receptores, en especial a los adolescentes, a la adquisición de pautas/comportamientos que puedan resultar nocivos para su salud.

G.- PUBLICIDAD DE ENTIDADES DE CRÉDITO

30.- Las entidades de crédito adheridas a Autocontrol se comprometen a respetar en su publicidad la normativa específica que les resulta aplicable y, en particular, los principios generales recogidos en el Anejo de la Circular 6/2010, de 28 de septiembre, del Banco de España, a entidades de crédito y entidades de pago, sobre publicidad de los servicios y productos bancarios.

H.- CONTROL DEL CUMPLIMIENTO DEL CÓDIGO

- 31.-** 1. El cumplimiento del presente Código de Conducta o de los restantes códigos sectoriales aplicables podrá verificarse a través de los medios previstos en el Reglamento del Jurado.
- 2.- Asimismo, los órganos directivos de la asociación podrán establecer anualmente un plan específico de revisión del cumplimiento del presente Código o de los Códigos sectoriales aplicables en relación con grupos o categorías de anuncios que puedan ser agrupados conforme a criterios específicos y homogéneos.

CÓDIGO EUROPEO DE DEONTOLOGÍA DEL PERIODISMO

(Resolución 1.003 sobre ética del periodismo del Consejo de Europa, aprobada por unanimidad en Estrasburgo, el 1 de julio de 1993)

(Ponente y redactor: Manuel Núñez Encabo)

La Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa, adopta los siguientes principios éticos del periodismo y estima que deberán ser aplicados en Europa.

NOTICIAS Y OPINIONES

- 1-. Además de los derechos y deberes jurídicos que están recogidos en las normas jurídicas pertinentes, los medios de comunicación asumen en relación con los ciudadanos y la sociedad, una responsabilidad ética que es necesario recordar en los momentos actuales, en los que la información y la comunicación revisten una gran importancia para el desarrollo de la personalidad de los ciudadanos así como para la evolución de la sociedad y la vida democrática.
- 2-. El ejercicio del periodismo comprende derechos y deberes, libertad y responsabilidad.
- 3-. El principio básico de toda consideración ética del periodismo debe partir de la clara diferenciación, evitando toda confusión, entre noticias y opiniones. Las noticias son informaciones de hechos y datos, y las opiniones expresan pensamientos, ideas, creencias o juicios de valor por parte de los medios de comunicación, editores o periodistas.
- 4-. La emisión de noticias debe realizarse con veracidad, a través de las actividades verificadoras y comprobadoras oportunas y con imparcialidad en la exposición, descripción y narración de los mismos. Los rumores no deben confundirse con las noticias. Los titulares y enunciados de las noticias deben subrayar lo más fielmente posible el contenido de los hechos y datos.
- 5-. La expresión de opiniones puede versar sobre reflexiones en relación con ideas generales o referirse a comentarios sobre noticias relacionadas con acontecimientos concretos. Si bien es cierto que en la expresión de opiniones por ser subjetivas, no debe ni es posible exigirse la veracidad, sin embargo se debe exigir que la emisión de opiniones se realice desde planteamientos honestos y éticos.
- 6-. La opinión referente a comentarios sobre acontecimientos o acciones de personas o instituciones, no debe intentar negar u ocultar la realidad de los hechos o de los datos.

EL DERECHO A LA INFORMACIÓN COMO DERECHO FUNDAMENTAL DE LAS PERSONAS, EDITORES, PROPIETARIOS Y PERIODISTAS

- 7-. Los medios de comunicación efectúan una labor de "mediación" y prestación del servicio de la información y los derechos que poseen en relación con la libertad de información, están en función de los destinatarios que son los ciudadanos.
- 8-. La información constituye un derecho fundamental reconocido como tal por el Convenio europeo de los derechos humanos y las Constituciones democráticas, cuyo sujeto o titular son los ciudadanos, a quienes corresponde el derecho de exigir que la información que se da desde el periodismo se realice con veracidad en las noticias y honestidad en las opiniones sin injerencias exteriores, tanto de los poderes públicos como de los sectores privados.
- 9-. Los poderes públicos no deben considerarse propietarios de la información. La representatividad pública legítima para actuar en orden a garantizar y desarrollar el pluralismo de los medios de comunicación y para asegurar que se creen las condiciones necesarias para el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la

información, excluyendo a la censura previa. El Comité de Ministros es consciente de ello como lo prueba su Declaración sobre la libertad de expresión y de información adoptada el 24 de abril de 1982.

- 10-. El tratamiento del periodismo debe efectuarse teniendo en cuenta que éste se ejerce desde los medios de comunicación, que están sustentados en un soporte empresarial y donde se deben distinguir editores, propietarios y periodistas, por lo que además de garantizar la libertad de los medios de comunicación, es necesario también salvaguardar la libertad en los medios de comunicación evitando presiones internas.
- 11-. Las empresas periodísticas se deben considerar como empresas especiales socioeconómicas, cuyos objetivos empresariales deben quedar limitados por las condiciones que deben hacer posible la prestación de un derecho fundamental.
- 12-. En las empresas informativas debe existir transparencia en materia de propiedad y gestión de los medios de comunicación, posibilitando el conocimiento claro de los ciudadanos sobre la identidad de los propietarios y del nivel de su participación económica en los medios de comunicación.
- 13-. En el interior de la empresa informativa en relación con la libertad de expresión deben coexistir editores y periodistas, teniendo en consideración que el respeto legítimo de la orientación ideológica de los editores o propietarios, queda limitado por las exigencias inexorables de la veracidad de las noticias y de la ética de las opiniones, lo que es exigible por el derecho fundamental a la información que poseen los ciudadanos.
- 14-. En función de estas exigencias es necesario reforzar las garantías de libertad de expresión de los periodistas a quienes corresponde en última instancia ser los emisores finales de la información. En este sentido es necesario desarrollar jurídicamente y clarificar las figuras de la cláusula de conciencia y el secreto profesional de las fuentes confidenciales, armonizando las disposiciones nacionales sobre estas materias para ejercerlas en el marco más amplio del espacio democrático europeo.
- 15-. Ni los editores o propietarios ni los periodistas deben considerarse dueños de la información.
Desde la empresa informativa la información no debe ser tratada como una mercancía sino como un derecho fundamental de los ciudadanos.
En consecuencia, ni la calidad de las informaciones u opiniones ni el sentido de las mismas deben estar mediatizadas por las exigencias de aumentar el número de lectores o de audiencia o en función del aumento de los ingresos por publicidad.
- 16-. El tratamiento ético de la información exige que se considere como destinatarios de la misma a las personas consideradas en cuanto a tales no como masas.

LA FUNCIÓN DEL PERIODISMO Y SU ACTIVIDAD ÉTICA

- 17-. La información y la comunicación que se realizan por el periodismo a través de los medios de; comunicación y con el soporte formidable de las nuevas tecnologías, tiene una importancia decisiva con el desarrollo individual y social. Es imprescindible para la vida democrática, ya que para desarrollarse plenamente, la democracia debe garantizar la participación de los ciudadanos en los asuntos públicos. Baste señalar que esta participación será imposible si los ciudadanos no reciben la información oportuna sobre los asuntos públicos que necesitan y que debe ser prestada por los medios de comunicación.
- 18-. La importancia de la información, principalmente de la radio y de la televisión en la cultura y la formación fue puesta de relieve en la Resolución 1067 de la Asamblea y también es evidente su repercusión en la opinión pública.

- 19-. Sería erróneo sin embargo deducir que los medios de comunicación representan a la opinión pública o que deban sustituir las funciones propias de los poderes o entes públicos o de las instituciones de carácter educativo o cultural como la escuela.
- 20-. Ello llevaría a convertir a los medios de comunicación y al periodismo en poderes o contrapoderes (mediocracia) sin que al propio tiempo estén dotados de la representación de los ciudadanos o estén sujetos a los controles democráticos propios de los poderes públicos, o posean la especialización de las instituciones culturales o educativas correspondientes.
- 21-. Por tanto, el ejercicio del periodismo no debe condicionar ni mediatizar la información veraz o imparcial y las opiniones honestas con la pretensión de crear o formar la opinión pública, ya que su legitimidad radica en hacer efectivo el derecho fundamental a la información de los ciudadanos en el marco del respeto de los valores democráticos. En este sentido, el legítimo periodismo de investigación tiene su límite en la veracidad y honestidad de informaciones y opiniones y debe ser incompatible con campañas periodísticas realizadas desde tomas de posiciones previas e intereses particulares.
- 22-. En el ejercicio del periodismo, las informaciones y opiniones deben respetar la presunción de inocencia principalmente en los temas que permanecen sub judice, excluyendo establecer juicios paralelos.
- 23-. Se respetará el derecho de las personas a su propia vida íntima. Las personas que tienen funciones en la vida pública tienen el derecho a la protección de su vida privada, salvo en los casos en que ello pueda tener incidencias sobre la vida pública. El hecho de que una persona ocupe un puesto en la función pública, no le priva del derecho al respeto de su vida privada.
- 24-. La búsqueda de un equilibrio entre el derecho al respeto de la vida privada, consagrada por el artículo 8 del Convenio europeo de derechos del hombre y la libertad de expresión consagrada por el artículo 10, está ampliamente documentada por la jurisprudencia reciente de la Comisión y el Tribunal Europeo de Derechos del hombre.
- 25-. En el ejercicio del periodismo el fin no justifica los medios por lo que la información deberá ser obtenida a través de medios legales y éticos.
- 26-. A petición de las personas afectadas, se rectificará por los medios de comunicación, con el tratamiento informativo adecuado de manera automática y rápida, las informaciones y las opiniones que sean falsas o erróneas. La legislación nacional deberá prever sanciones adecuadas y si es necesario indemnizaciones por los daños.
- 27-. Para que exista una armonización en el uso de este derecho en los Estados miembros del Consejo de Europa, es conveniente aplicar la Resolución 74-26 sobre el derecho de réplica: situación del individuo en relación a la prensa, adoptado por el Comité de Ministros de 2 de julio de 1974, así como las disposiciones pertinentes del Convenio Europeo sobre la Televisión Transfronteriza.
- 28-. Para asegurar la calidad de trabajo del periodismo y independencia de los periodistas es necesario garantizar un salario digno y unas condiciones, medios de trabajo e instrumentos adecuados.
- 29-. En las necesarias relaciones que en el ejercicio del periodismo se mantengan con los poderes públicos o con los sectores económicos, se evitará llegar a una convivencia tal que pueda repercutir en la independencia y la imparcialidad del periodismo.
- 30-. En el periodismo no se debe confundir lo conflictivo o espectacular con lo importante desde el punto de vista informativo. El periodista no mediatizará el

ejercicio de su función con la finalidad principal de adquirir prestigio o influencia personal.

- 31-. Dada la complejidad del proceso informativo, basado cada vez más en la utilización de nuevas tecnologías, la rapidez y la síntesis, se debe exigir a los periodistas una formación profesional adecuada.

LOS ESTATUTOS DE LA REDACCIÓN PERIODÍSTICA

- 32-. En el interior de la empresa informativa deben convivir los editores, propietarios y los periodistas. Para ello es necesario la elaboración de estatutos de la redacción periodística con la finalidad de ordenar las relaciones profesionales de los periodistas con los propietarios y editores en el interior de los medios de comunicación, con independencia de las obligaciones laborales. Dentro de estos estatutos se podrá prever la existencia de comités de redacción.

SITUACIONES DE CONFLICTO Y CASOS DE PROTECCIÓN ESPECIAL

- 33-. En la sociedad se dan a veces situaciones de tensión y de conflictos nacidos bajo la presión de factores como el terrorismo, la discriminación de las minorías, la xenofobia o la guerra. En estas circunstancias los medios de comunicación tienen la obligación moral de defender los valores de la democracia, el respeto a la dignidad humana, la solución de los problemas a través de métodos pacíficos y de tolerancia, y en consecuencia oponerse a la violencia y al lenguaje del odio y del enfrentamiento, rechazando toda discriminación por razón de cultura, sexo o religión.
- 34-. En lo referente a la defensa de los valores democráticos, nadie debe ser neutral. En este sentido los medios de comunicación deben ser factores importantes para prevenir momentos de tensión y deben favorecer la comprensión mutua y la tolerancia y la confianza entre las diferentes comunidades en las regiones en conflicto, tal como se ha proyectado a través de las medidas de confianza por la Secretaría General del Consejo de Europa en el caso de los territorios de la antigua Yugoslavia.
- 35-. Teniendo en cuenta la especial influencia de los medios de comunicación fundamentalmente la televisión y la sensibilidad de los niños y los jóvenes, se evitará la difusión de programas, mensajes o imágenes relativas a la exaltación de la violencia, el sexo y el consumo y el empleo de un lenguaje deliberadamente inadecuado.

ÉTICA Y AUTOCONTROL EN EL PERIODISMO

- 36-. Teniendo en consideración lo anteriormente expuesto los medios de comunicación deben:
- Comprometerse al sometimiento de principios deontológicos rigurosos que aseguren la libertad de expresión y el derecho fundamental de los ciudadanos a recibir noticias veraces y opiniones honestas.
- 37-. Para la vigilancia del cumplimiento de estos principios deontológicos, deben crearse organismos o mecanismos de autocontrol, integrados por editores, periodistas y asociaciones de ciudadanos usuarios de la comunicación, representantes de la universidad y de los jueces, que emitirán Resoluciones sobre el cumplimiento de los preceptos deontológicos en el periodismo, con el compromiso previamente asumido por los medios de comunicación de publicar tales resoluciones.
- 38-. Tanto por los organismos o mecanismos de autocontrol como por las asociaciones de los usuarios de la comunicación y por Departamentos universitarios, se podrán publicar anualmente investigaciones efectuadas a posteriori sobre la veracidad de

las noticias difundidas por los medios de comunicación, contrastando la adecuación o inadecuación de las noticias con la realidad de los hechos. De esta manera se obtendrá un barómetro de la credibilidad que servirá de guía a los ciudadanos sobre el valor ético de cada medio de comunicación o de cada sección o periodista en particular. Las medidas correctivas tomadas en consecuencia permitirán al mismo tiempo mejorar el ejercicio del periodismo.

RECOMENDACIÓN AL COMITE DE MINISTROS

- 1.-** La Asamblea Parlamentaria recordando sus informes en el campo de los medios de comunicación.
- 2.-** Desde 1970 la Asamblea Parlamentaria y otros órganos como el Parlamento europeo, han solicitado la elaboración de códigos deontológicos del periodismo. Sin embargo, los textos existentes no tienen un alcance internacional suficiente y su eficacia práctica es muy limitada.
- 3.-** Los ciudadanos de los distintos Estados miembros del Consejo de Europa comparten cada vez más los mismo medios de comunicación en el interior de un espacio informativo europeo común.
- 4.-** En consecuencia, la Asamblea recomienda al Comité de ministros:
 - A.-** Invitar a los Gobiernos de los Estados miembros a velar para que las leyes garanticen la organización de los medios de comunicación públicos a fin de asegurar la neutralidad de las informaciones, el pluralismo de las opiniones y la igualdad de sexos y velar también para asegurar un derecho de rectificación equivalente a todo ciudadano que efectúa una alegación.
 - B.-** Estudiar en colaboración con las organizaciones no gubernamentales, tales como la Federación Internacional de periodistas (FIJ), la posibilidad de establecer en el seno del consejo de Europa un mecanismo de autocontrol de la información concebido como un Ombudsman europeo de la comunicación con la representatividad internacional que ello implica, teniendo en cuenta si es posible los órganos o mecanismos de autocontrol nacionales correspondientes que tengan un funcionamiento y un papel semejantes.
 - C.** Promover la creación de asociaciones de usuarios de los medios de comunicación y animar a las escuelas a desarrollar una enseñanza en relación con la utilización de los medios de comunicación.
 - D.-** Adoptar una declaración sobre la ética del periodismo de acuerdo con las líneas directrices de la Resolución precedente y promover la aplicación de estos principios básicos en los estados miembros del Consejo de Europa.

REGLAMENTO DE LA COMISIÓN DE ARBITRAJE, QUEJAS Y DEONTOLOGÍA DEL PERIODISMO.

(Aprobado por la Fundación Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE, el 29 de Noviembre de 2013)

PREÁMBULO

La Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo, se constituyó bajo la denominación Comisión de Quejas y Deontología de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), a iniciativa y propuesta de dicha Federación, como órgano de autocontrol deontológico interno de la profesión periodística, en orden a favorecer y promover el arbitraje, la mediación, el entendimiento y la recomendación de petición de disculpas u otros para, actuando como autoridad moral otorgada explícitamente por las asociaciones de la prensa y los periodistas en ellas afiliados, velar por el mejor fin y garantizar el cumplimiento del Código Deontológico de la Federación.

Posteriormente, con el fin de garantizar la independencia de la Comisión, se creó la FUNDACIÓN COMISIÓN DE ARBITRAJE QUEJAS Y DEONTOLOGIA, pasando la Comisión a depender orgánicamente de la Fundación, si bien manteniendo la plena independencia en cuanto a funcionamiento interno, adopción de resoluciones y elaboración de informes y dictámenes.

ARTÍCULO 1.- NATURALEZA

- 1.- La Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo, es un órgano colegiado nombrado por el Patronato de la FUNDACIÓN COMISIÓN DE ARBITRAJE, QUEJAS Y DEONTOLOGIA, al que compete la materialización de los fines de la Fundación recogidos en el artículo tres de los Estatutos de la misma.
- 2.- En el ejercicio de sus funciones actúa con plena independencia y autonomía competencial y de funciones.
- 3.- La Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo estará integrada por personas de reconocido prestigio a las que el Patronato de la Fundación y la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) garantizan su autonomía de actuación.

ARTÍCULO 2.- COMPOSICIÓN

- 1.- La Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo estará compuesta por un Presidente, dos Vicepresidentes, un Secretario y un número de Consejeros no inferior a seis ni superior a quince miembros, que serán nombrados y renovados por el Patronato de la Fundación, a propuesta de su Presidencia. Dos de ellos, al menos, serán elegidos por su condición de juristas de reconocido prestigio profesional y otros tres, como mínimo, por su condición de profesionales del periodismo. Los restantes serán personas representativas de la sociedad española y que provengan del mundo de la Universidad, de las Fundaciones sociales o culturales, de la Comunicación o de cualquier otra institución cívica. En todos los casos uno de los requisitos para el nombramiento deberá ser la constatación de una acreditada preocupación por la ética, la libertad de expresión y los derechos fundamentales de los ciudadanos, reflejada a través de su actuación profesional.
- 2.- Los cargos tendrán una duración de cuatro años y podrán ser renovados por nuevos períodos.
- 3.- Las bajas que se produzcan durante ese periodo serán cubiertas por acuerdo del Patronato de la Fundación a propuesta de su Presidencia. El mandato de los miembros así elegidos será el que reste de cumplir al miembro al que sustituya.

ARTÍCULO 3.- FUNCIONES

La Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo realizará las siguientes funciones:

- 1.- Informar y dictaminar sobre cuestiones de Deontología profesional periodística que le sean remitidas por el Patronato de la Fundación, o por la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), por su iniciativa o a solicitud de cualquier asociación de la prensa federada u otras agrupaciones de periodistas o medios de comunicación. Podrá, asimismo, emitir informes y dictámenes cuando sean requeridos por las autoridades públicas e institucionales, así como por propio acuerdo en cuestiones urgentes y de alarma social.
- 2.- Tramitar y resolver los expedientes incoados en relación con posibles incumplimientos del Código Deontológico.
- 3.- Arbitrar y ejercer la mediación en cuestiones que le sean sometidas por las partes como consecuencia de litigios deontológicos.

ARTÍCULO 4.- ÓRGANOS

- 1.- El Pleno, que estará constituido por la totalidad de los miembros de la Comisión. Será válida su constitución con la presencia de dos terceras partes de sus componentes, incluido el Presidente.
- 2.- La Comisión Permanente, integrada por el Presidente, los dos Vicepresidentes y el Secretario.
- 3.- El Presidente, que ejerce la representación de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo.

ARTÍCULO 5.- EL PLENO DE LA COMISIÓN DE ARBITRAJE, QUEJAS Y DEONTOLOGÍA DE LA FUNDACIÓN FAPE.

- 1.- Son competencias del Pleno:
 - 1.1. Ejercer las funciones atribuidas en el presente Reglamento.
 - 1.2. Emitir los informes que le solicite el Patronato de la Fundación, o la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE).
 - 1.3. Elaborar y aprobar un Informe anual sobre las actividades de la Comisión.
- 2.- El Pleno será convocado por el Secretario, por mandato del Presidente. Éste también deberá convocar sesión plenaria cuando así lo solicite la mitad más uno de los vocales. Para asuntos normales, la convocatoria se hará por escrito y con al menos ocho días de antelación; y para asuntos urgentes, con la prontitud debida y por cualquier medio eficaz. En ambos casos, la convocatoria debe contener el orden del día que se va a tratar y el lugar y hora de la reunión.
- 3.- El Pleno se reunirá al menos una vez al trimestre.

ARTÍCULO 6.- LA COMISIÓN PERMANENTE

- 1.- Son competencias de la Comisión Permanente, además de las consignadas expresamente en este reglamento, velar por el cumplimiento de los acuerdos del Pleno y ejercer las facultades que le delegue éste.
- 2.- Sus acuerdos podrán adoptarse por vía telefónica o videoconferencia, debiendo ratificarse el voto de manera inmediata, documentalmente mediante telegrama, fax o correo electrónico.

ARTÍCULO 7.- EL PRESIDENTE

Corresponde al Presidente, asistido por el Secretario, moderar y dirigir las reuniones plenarias. En el caso de producirse empate en las votaciones, decidirá con su voto de calidad. En caso de ausencia, actuará como Presidente el Vicepresidente designado por el Presidente.

ARTÍCULO 8.- DE LAS RELACIONES DE LA COMISIÓN DE ARBITRAJE, QUEJAS Y DEONTOLOGÍA DEL PERIODISMO DE LA FUNDACIÓN FAPE, CON LA FUNDACIÓN Y CON LA FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE PERIODISTAS DE ESPAÑA.

- 1.- El Patronato de la Fundación será el órgano de asistencia técnico-profesional de la Comisión, que deberá facilitar a ésta los medios humanos y materiales necesarios para el adecuado desempeño de sus funciones.
- 2.- La Federación de Asociaciones de periodistas de España (FAPE) se ocupará en todo momento por preservar la autoridad moral y facilitar el trabajo de la Comisión haciendo posible su mayor conocimiento por parte de los periodistas, los medios de comunicación y por toda la sociedad.

ARTÍCULO 9.- PROCEDIMIENTO POR INCUMPLIMIENTO DE LAS NORMAS DEONTOLÓGICAS

Ámbito de actuación

- 1.- Cualquier persona natural o jurídica afecta por una actividad periodística que, en su opinión, no cumpla las normas del Código Deontológico, podrá solicitar la apertura de expediente ante la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo (en lo sucesivo “Comisión” o “Comisión Arbitral”).
- 2.- El plazo para la formulación de la queja será de dos meses, contados de fecha a fecha, desde el día en que se produjeron los hechos o concluyeron de producirse, salvo que previamente el solicitante hubiera utilizado la vía judicial o cualesquiera otra profesional, en cuyo supuesto el plazo comenzará a correr cuando estas se hubieren agotado mediante resolución firme.
- 3.- Excepcionalmente la Comisión Arbitral podrá admitir a trámite las quejas que, aun siendo formuladas por quien no esté directamente afectado, trate de supuestos de alarma o escándalo social. En la resolución habrán de razonarse los motivos que fundamente la admisión.
- 4.- La Comisión se ajustará en su función arbitral a las reglas de actuación que a continuación se establecen. El procedimiento será flexible y sin formalismos rituarios para adaptarse a las circunstancias de cada caso, pero en todo momento respetará los principios de contradicción y de defensa.
- 5.- Nadie podrá ser reconvenido en una resolución de la Comisión sin haber sido requerido para ser oído. La falta de audiencia de cualquiera de los implicados, dará lugar a la subsanación si fuere posible o a la nulidad parcial o total de lo actuado.
- 6.- Contra las resoluciones interlocutorias de la Comisión se dará el recurso de reposición. Contra las resoluciones definitivas no se dará recurso alguno en sede corporativa sin perjuicio de que los interesados puedan utilizar cualquier otra vía, incluso la judicial.

Trámite de admisión

- 7.- El procedimiento se iniciará ordinariamente a instancia de parte legitimada, salvo en el supuesto previsto en el párrafo 3 del artículo anterior, y mediante solicitud por escrito en el cual, en la forma que considere más adecuada su autor y sin sujeción a formulario, habrán de hacerse constar, por este u otro orden.
 - a) Los datos y circunstancias que permitan la identificación y en su caso los documentos que acrediten la representación orgánica o voluntaria del firmante.
 - b) Los hechos que, a su parecer, sean constitutivos de la eventual infracción de normas deontológicas.
 - c) La norma o normas del Código Deontológico de la FAPE que se consideren vulneradas.

- d) Los documentos que considere oportunos para apoyar la narración de hechos y, en su caso, la petición de que se reciba a prueba, indicando los medios que proponga.
 - e) La petición concreta que se deduzca con inclusión de aquellas medidas que considera adecuadas para reparar el derecho o interés legítimo lesionado.
- 8.- Los reclamantes y los reclamados podrán comparecer por si mismos, ante la Comisión, pero podrán hacerlo también representados por otras personas con mandato conforme a derecho y ser asistidos o asesorados por profesionales de cualquier disciplina.
 - 9.- Recibida en la Secretaría de la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo la solicitud correspondiente, se pasará a la Comisión Permanente que tras examinar si está legitimado el reclamante y se ha presentado dentro de plazo podrá rechazarla de plano por unanimidad si la estima notoriamente infundada o, en otro caso designar por turno un ponente encargado de impulsar y dirigir el procedimiento, practicar en su caso, las pruebas declaradas pertinentes, así como formular el proyecto de resolución definitiva. Será asistido del Secretario de comisión para documentar y dar fe de lo actuado.
 - 10.- Si se considera que existe causa para tramitar expediente deontológico, emplazará, a través de la Secretaría de la Comisión, a la parte denunciada, remitiéndole, si fuera necesario, copia de la documentación aportada por el solicitante, para que formule contestación escrita y presente pruebas dentro del plazo que se le indique.
 - 11.- En el supuesto de que la parte denunciada no formule contestación escrita se continuará el procedimiento sin su presencia y el ponente propondrá al Pleno la resolución que proceda, en base a los documentos y pruebas presentados por el solicitante y aquellos que pueda recabar a su instancia. En el supuesto de que su propuesta fuera rechazada por el Pleno, el Presidente podrá designar otro ponente para este trámite.

Fase de prueba.

- 12.- Quienes fueren parte en un procedimiento arbitral ante la Comisión podrán pedir el recibimiento a prueba en los escritos de reclamación y contestación o, posteriormente, una vez formulado el último de estos.
En esta petición se harán constar los hechos o datos concretos que se desee advenir y los medios de prueba utilizables al respecto. Si se propusiere la testifical, habrán de indicarse los nombres, apellidos y demás circunstancias, así como el compromiso de presentarlos el día y en el lugar que la Comisión indique.
Las pruebas se practicarán a continuación de ser admitidas pero sin sujeción a plazos, atendidas las circunstancias de cada caso.
Una vez practicadas todas las pruebas o concluido el periodo probatorio, la Comisión podrá abrir, a instancia de parte, una fase de alegaciones por escrito donde se resume y exponga el resultado según cada cual.
La Comisión Arbitral valorará en su conjunto y en conciencia el acervo probatorio, valoración que hará constar razonadamente en la resolución definitiva.

Resoluciones de la Comisión

- 13.- La resolución del Pleno será siempre motivada, distinguiendo la responsabilidad propia del periodista de las posibles responsabilidades debidas, en su caso, a factores internos o externos de los medios de comunicación.
- 14.- La resolución definitiva se adoptará, previa deliberación dirigida por el Presidente por mayoría de votos. En caso de empate quien presida tendrá voto de calidad.
- 15.- Las resoluciones definitivas, numeradas ordinalmente dentro de cada año por su

fecha, con un epígrafe identificador escueto, constarán de un encabezamiento, una primera parte dedicada al relato de los antecedentes de hecho, otra donde se desarrollen las consideraciones deontológicas y la parte dispositiva. En ningún caso se hará constar si fue adoptada por mayoría o unanimidad ni nombre del ponente.

16.- La parte dispositiva contendrá los extremos siguientes:

Primero.- La declaración de haber sido vulnerado, el precepto o preceptos del Código Deontológico invocados, indicándolos por su ordinal y su denominación; o alternativamente, la declaración de que la actuación profesional de inculpado ha sido deontológicamente correcta.

Segundo.- Las medidas que la Comisión Arbitral recomiende para reparar el daño causado.

Estas medidas podrán ser, a título de ejemplo, pero sin carácter de “*numerus clausus*” la publicación de la resolución, la rectificación de la información, las disculpas o cualesquiera otras análogas.

17.- Las resoluciones se notificarán a las partes interesadas así como al Patronato de la Fundación y a los órganos directivos de la FAPE, y se remitirán a los medios de comunicación, para su publicación. En todo caso los medios adheridos a la Fundación Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología deberán publicar en las resoluciones que les afecten al menos la parte dispositiva de las mismas.

En caso de que durante la tramitación del expediente deontológico la cuestión objeto de litigio se encuentre implicada en instancias judiciales que afecte a demandantes y/o demandados se suspenderá dicha tramitación a la espera de que se resuelva judicialmente. El Pleno de la Comisión respetando en todo caso esta resolución decidirá lo que proceda deontológicamente.

ARTÍCULO 10.- INFORMES, DICTÁMENES Y ARBITRAJE

- 1.-** Como órgano deontológico que vela por la defensa de los derechos de los ciudadanos como usuarios de los medios de comunicación, la Comisión podrá pronunciarse sobre los contenidos de cualquier medio escrito o audiovisual.
- 2.-** Cualquier asociación federada, agrupación de periodistas o medio de comunicación, así como instituciones y otras organizaciones profesionales podrá solicitar a la Comisión, que emita informe o dictamen sobre la adecuación de determinadas conductas periodísticas que considere afecten a las normas éticas de la profesión.
- 3.-** La Comisión podrá actuar como árbitro institucional, si las partes contendientes convienen en ello. El arbitraje será de equidad y se ajustará a las disposiciones de la Ley de Arbitraje, asimismo podrá actuar como mediación de acuerdo con la Ley de Mediación.

ARTÍCULO 11.- DISPOSICIÓN FINAL

Cualquier cuestión no prevista en este reglamento será resuelta por el Pleno de la Comisión con plena autonomía.

