



Revista de Fomento Social, 52 (1997), 497-515

## «La necesidad de autorregulación ética en el periodismo ante el debate sobre el derecho a la intimidad»

---

*En la sociedad contemporánea (la denominada sociedad de la información) se producen de modo recurrente conflictos entre dos derechos fundamentales: la libertad de expresión y el derecho a la intimidad y a la propia imagen. El autor de este trabajo pone de manifiesto las insuficiencias que la solución exclusivamente jurídica comporta para resolver los conflictos, y propone complementar las medidas legales con la autorregulación ética de la profesión periodística.*

---

— Antonio de la TORRE OLID (\*) —

---

(\*) Doctor en Ciencias de la Información y Licenciado en Derecho.

La proliferación de canales informativos, nuevas tecnologías y medios de comunicación —especialmente los que se valen de la imagen— es un fenómeno de nuestros días que va a más. Y en su avance, a veces es difícil poner al día los criterios éticos con los que se transmiten conocimientos, noticias y acontecimientos a través de estos medios o sobre su forma de utilizarlos.

Los periodistas sobre todo, pero también la sociedad en general, deben armarse de parámetros que conduzcan al buen uso de dichos medios; cuestión que no es nada fácil teniendo en cuenta la gran cantidad de intereses económicos, ideológicos y de todo orden en juego.

En la búsqueda de la sana y correcta utilización de las informaciones o de la actuación desde la objetividad e imparcialidad, con más frecuencia de la deseada encontramos excesos y errores en el sistema, con especial repetición en lo relacionado con las intromisiones en la intimidad y la propia imagen de las personas.

Nuestra sociedad cuenta con un conjunto de normas recogidas en el Ordenamiento jurídico que vienen a sancionar tales excesos. Sin prescindir de ellas y sin dejar de considerarlas un instrumento válido, la tesis que pretendemos poner de manifiesto a continuación nos hace deducir que, ante un atentado probado desde los medios de comunicación a la intimidad o la propia imagen, la sentencia y la reparación que se producirá siempre se aplicará *a posteriori* y el daño ya quedará hecho.

Por tanto, es preciso un complemento. Para ello se aboga por un acrecentamiento de la autorregulación ética del periodista, que aplique un control *a priori* sobre su trabajo. Pero cualquier profesional de la información, como humano, no es perfecto, inmaculado ni inocente en el proceso de la comunicación. Por tanto, será preciso que los periodistas se doten de unas instituciones y códigos deontológicos —ya existentes en muchos ámbitos aunque de relativo respeto— que creen una costumbre.

## **I. Actualidad e importancia de este debate en nuestra sociedad. Razones científico–sociales**

### *a) La muerte de Lady Di y el video de Pedro J. Ramírez*

A pesar de que los conflictos entre libertad de expresión y derecho al honor, la intimidad y la propia imagen personal y familiar se han repetido en los últimos

años, no podemos obviar en su repaso los dos momentos más álgidos –a nivel internacional y nacional–, dos acontecimientos ocurridos en el verano y el otoño de 1997 respectivamente.

Ambos han supuesto un punto de inflexión en este debate, y ha sido así en la medida en que fruto de ellos es cuando más han proliferado las diatribas contra las consecuencias que acarrea al personaje público la comercialización de su imagen; las posturas de demonización de los papparazzis y determinadas actitudes de los medios de comunicación; la exposición por parte de la doctrina sobre los matices del asunto; y la evidencia de que es preciso adoptar medidas de auto o heterocontrol.

Efectivamente, la muerte de Lady Di supuso una auténtica convulsión mundial (1), y un aluvión de artículos, reportajes y espacios de reflexión (2).

Y en España, la difusión de un vídeo del director del diario *El Mundo*, Pedro J. Ramírez, en noviembre del mismo 1997 con imágenes en las que se le reconoce en juegos amorosos con una guineana, dio lugar a un virulento cruce de acusaciones. Por una parte, aquellos cuyos desmanes y procesos judiciales fueron investigados y publicados por este diario, utilizaron su lamento por la divulgación de este vídeo como mejor argumento con el que refutar la tesis que atribuían a Ramírez –según la cual los personajes públicos carecen de intimidad–, incluso en el caso de que el afectado fuera uno de sus mayores enemigos (3). Estos mismos detractores, consideraron que el periodista había probado de su *medicina*, a la vez que le acusaban de utilizar las más altas instancias del Estado, con las que se le reconocía buena

(1) Así lo puso de manifiesto la cifra de ventas del sensacionalista diario británico *The Sun*, que el 1 de septiembre elevaba sus habituales ventas de tres a cuatro millones y medio de ejemplares.

De igual modo, las exequias del entierro de la Princesa tuvieron un seguimiento televisivo sin parangón.

(2) Sólo un ejemplo. A primeros de octubre de 1997 se celebraba en Madrid una mesa redonda del colectivo de docentes *Apuma* titulado «*De Lady Di a Teresa de Calcuta*», con la presencia de investigadores como Xavier Obach o Pilar Aguilar, en la que se ponía de manifiesto el distinto seguimiento de la muerte de ambos personajes.

(3) «El vídeo». Editorial. *El País*. Madrid, 23/11/97. Pág. 14: «Contra lo que algunos piensan –entre ellos y paradójicamente la propia víctima de esta agresión–, los personajes públicos sí tienen vida privada, y aunque Ramírez sea un individuo popular, eso no desmerece la protección jurídica y moral que su intimidad reclama».

sintonía, a su favor (como la rápida prisión provisional de la guineana o la defensa que realizaban a su favor miembros del Gobierno).

Por contra, el periodista se defendió señalando y publicando que los responsables de la trama *GAL* se habían reorganizado y habían provocado este hecho para desacreditarle.

### b) Referencia histórica y contemporánea

El honor, la intimidad, la imagen, las injurias, las calumnias, la difamación... son bienes de la personalidad unos y agresiones a la misma otros que han acabado por conformar tipos penales, por crear doctrina jurisprudencial, a la vez que ha evolucionado la concepción social de cada uno de ellos.

Ya Beccaria hablaría de las *acusaciones secretas*, y especialmente de la *infamia* (*las injurias personales y contrarias al honor, esto es, a la justa porción de sufragios que un ciudadano puede exigir con derecho de los otros, deben ser castigadas con la infamia*) (4).

Por su parte, en España los tribunales tienen como referente la primera sentencia del Supremo, a primeros de este siglo, sobre la sonada publicación falsa de la fuga de un fraile de Totana con una joven (5).

Los estudiosos de la historia de la comunicación social han detectado la aparición del llamado *amarillismo europeo* coincidiendo con la aparición del diario inglés *Daily Mirror*, en 1903, diario ilustrado concebido para las grandes masas. Ya entonces, la doctrina (6) apunta como características de dicho amarillismo las contradicciones de la empresa editora (conservadora pero dedicada a vender el mayor número de periódicos posible y a defender la revolución social); insistencia en las ilustraciones (trucando algunas); y una mayor significación en el plano político. También en París, desde 1894, venía funcionando *Le Matin*, al uso americano.

Hoy día, en este fin de milenio, se concibe a los medios de comunicación como

---

(4) BECCARIA, C. 1991: *De los delitos y de las penas*. Compañía Europea de Comunicación e Información S. A.. Madrid. Pág. 49.

(5) Sentencia del Tribunal Supremo de 6 de febrero de 1912.

(6) TIMOTEO ÁLVAREZ, J. 1988: *Historia y modelos de comunicación en el siglo XX*. Círculo de Lectores. Barcelona. Pág. 114.

*intermediarios de la cultura* (7). Y en la *política*, se ha estudiado con profusión cómo la prensa, la radio y sobre todo la televisión, han condicionado la forma de hacer política y campañas electorales (8). En la era del *show bussiness*, las cosas no son sólo cuestión de signos, sino de formas de expresión.

Otros, más apocalípticos (9), indican que la primera de todas las fuerzas que dirigen el mundo es la mentira. La civilización del siglo XX se ha basado, más que ninguna antes de ella, en la información, en el conocimiento y en el sistema de gobierno que da acceso a todos: la democracia. Y añaden que sin duda, igual que la democracia, la libertad de información está repartida de manera muy desigual en el planeta (10), siendo los lugares más desfavorecidos presa de la desinformación y la mentira, lo mismo que los ciudadanos del primer mundo que reciben noticias sobre el subdesarrollado.

Como un rasgo propio de nuestra civilización actual que es, la información revela su *poder*. El escepticismo de los mismos autores anteriores les hace afirmar que

*«¿Acaso no se ve muy a menudo que los medios que cultivan la exactitud, la competencia y la honradez constituyen la porción más restringida de la profesión? (...) ¿No se observa que las campañas de prensa que agitan las profundidades y originan poderosos oleajes, se caracterizan, salvo excepciones, por un contenido informativo cuya pobreza corre pareja con su falsedad?»* (11).

Un poder que igualmente puede servir para *manipular*, con las consecuencias

(7) CEBRIÁN, J. L. 1989: *El tamaño del elefante*. Círculo de Lectores. Barcelona. P. 70.

(8) CEBRIÁN, J. L. Op. cit. pág.57. El autor pone como ejemplo la frase de dirigentes socialistas españoles a los que se les pudo escuchar antes de perder el poder: «hemos hecho bien las cosas, pero no las hemos sabido comunicar».

(9) Según la terminología utilizada por Umberto Eco en su *Apocalípticos e integrados*, extremos en los que divide a los que entiende como destructor o benigno el papel de los medios.

(10) REVEL, J. F. 1989: *El conocimiento inútil*. Círculo de Lectores. Barcelona. P. 19.

(11) REVEL, J. F. 1989. Op. cit. p. 22.

que ello supone. La comunicación se erige entonces en sistema de conformación de conciencias, opiniones y actuaciones. De esta forma se concibe como material estratégico para la manipulación por parte del poder que pueda ejercerla.

Los más críticos con el papel del medio televisivo también recuerdan cómo la sensibilidad del receptor sólo se emplea para tratar de detectar la eficacia de la *persuasión* (12).

Como decimos, en estos últimos años ha cobrado vigencia la *omnipotencia* de los medios, y la conexión que se establece entre la sociedad de masas, la cultura popular y dichos medios, según el reconocido teórico de la comunicación, Marshall McLuhan (13).

c) *¿Hay demanda real o los programadores modulan los gustos?*

Conscientes del poder de los medios, se trata de discernir si es antes *la gallina o el huevo*, si el público está realmente demandando unos contenidos o son los programadores los que importan gustos o los modulan. Para ello, es ineludible una visión sociológica y psicológica.

Los teóricos de las Ciencias de la Información subrayan que en principio, los medios sólo median en la opinión pública y posibilitan su expresión. No obstante, algún autor considera que el medio se erige en creador de opinión, pero no como tal, sino a través de los líderes, grupos de presión, élites y poder en general que los controlan (14).

Otros escriben que una de las características del mensaje informativo por televisión es la *carga emocional*, nada más y nada menos (15). El poder de la imagen móvil para generar una reacción emocional en la audiencia constituye la principal diferencia entre las noticias en televisión y todas las demás. Y para ello, se caracteriza el mensaje informativo por televisión como visual, en el que prima

(12) VÁZQUEZ MONTALBÁN, M. 1985: *Historia y comunicación social*. Alianza Editorial. Madrid. Pp. 250 y 258.

(13) Recordado por VÁZQUEZ TIMOTEO ÁLVAREZ, J. Op. cit. pág. 39.

(14) MONZÓN ARRIBAS, C. 1987: *La opinión pública*. Tecnos. Madrid, Madrid. P. 149.

(15) MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L. 1983: *Curso General de Redacción Periodística*. Mitre. Barcelona. P. 477.

el culto a la personalidad y entendido como espectáculo, según estos mismos autores.

En este contexto, podemos analizar dos extremos. Uno que de forma simplista podríamos calificar de *benigno*, que sería aquel denominado por la doctrina como IH—interés humano—. El psiquiatra Enrique Rojas reconoce un interés por el morbo innato al hombre. Desde ahí, los que apuntan una definición de qué es *prensa del corazón* (16) señalan que es aquella que se ocupa de la vida sentimental de los personajes públicos, incluyendo en ese abanico sus noviazgos y lances amorosos, su vida hogareña, festividades... y su muerte (17). Es entonces cuando encontramos extremos más *malignos*, como la avidez por obtener imágenes de una princesa agonizante o aquella otra serie de instantáneas que obtuvieron un Premio Pulitzer, en las que se veía cómo un buitre se iba acercando y empezaba a picar a un niño moribundo.

Sin situarse en esa radicalidad, algún autor ha justificado la existencia de una prensa amarilla en el hecho de que la misma tiene mercado fruto de un fenómeno psicológico muy curioso: la gente, leyendo las noticias o artículos sobre las estrellas y viéndolas en televisión, siente como si participase en la vida deslumbrante que llevan los famosos (18).

El mismo autor gradúa dicho interés según culturas y países. Así, lo ve más acusado en el Reino Unido y encuentra menos curiosidad por la intimidad en Francia, Polonia, China o Africa. También ha sido impropio de los medios españoles dicho interés por lo personal hasta hace poco tiempo.

## II. Colisión de dos derechos fundamentales. Libertad de expresión versus derecho a la intimidad y a la propia imagen

La libertad de expresión y derecho a la intimidad y a la propia imagen han sido objeto de protección en distintas declaraciones y normas de ámbito internacional en la modernidad, tanto laicas como religiosas. Por citar sólo las más relevantes,

(16) En España, uno de los países con los índices de lectura más bajos de Europa, la cifra de ventas semanales de estas revistas supera los dos millones de ejemplares.

(17) MONTINI, J.: «Periodismo del corazón, periodismo humano». Ponencia ofrecida en la Universidad Internacional de Andalucía. Baeza (Jaén). 14/9/95.

(18) KAPUSCINSKI, R. 1997: «Dos derechos en conflicto». *El País*. Madrid, 27/9/97, p. 12.

apuntaremos la Declaración Internacional de Derechos del Hombre de 1948 por parte de la ONU (19); la doctrina del Concilio Vaticano II o el nuevo Código de Derecho Canónico (20).

En España, tanto la libertad de expresión como la intimidad y la propia imagen son dos derechos fundamentales, ambos recogidos en nuestro país en la Sección I del Capítulo II del Título I de la *Constitución*, y por tanto ambos gozan de especial protección y pueden ser objeto de recurso de amparo ante el Tribunal Constitucional. La primera está recogida en el artículo 20.1 a) y d) (21); y la intimidad en el 18 (22).

Asimismo el nuevo Código *Penal* de 1995 condena en su Título X del Libro II los delitos contra la intimidad, el derecho a la propia imagen y la inviolabilidad del domicilio, que atiende especialmente a las intromisiones que se realizan sin consentimiento del afectado; y de otro lado existe desde el 5 de mayo de 1982 la Ley Orgánica de Protección *Civil* del Derecho al Honor, a la Intimidad y a la Propia Imagen.

La doctrina que ha estudiado la evolución de la postura de los tribunales, ha encontrado una tendencia creciente a favor de la libertad de información y de restricción de los límites a la misma, tanto en el Tribunal Supremo, como en el Constitucional, como en el Europeo de Derechos Humanos —con las famosas sentencias de los casos *Lingens* y *Sunday Times* en esta última instancia— (23).

(19) Art. 12: «Ninguno será objeto de intromisión arbitraria en su vida privada».

(20) «A nadie le es lícito violar el derecho de cada persona a proteger su propia intimidad».

(21) «Se reconoce 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... d) A comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión».

(22) «1. Se garantiza el derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen. 3. Se garantiza el secreto de las comunicaciones. 4. La Ley limitará el uso de la informática para garantizar el honor y la intimidad personal y familiar de los ciudadanos y el pleno ejercicio de sus derechos».

(23) RUIZ-GIMÉNEZ, J. 1991: *Dialéctica de la libertad de comunicación y el respeto a la intimidad*. Generalitat de Catalunya. Barcelona. Pág. 26.

a) *Doctrina de la prevalencia de la libertad de expresión*

En España se considera la sentencia del *caso de los diarios Unidad y La Voz de España* (24) como la primera en materia de Derecho de la Información que ha conformado la doctrina jurisprudencial de la prevalencia de la libertad de expresión. La misma vino a subrayar que el ejercicio de la libertad de expresión prevalece sobre el de otras libertades, es anterior a ellas y

*«tiene una valoración que trasciende a la que es común y propia de todos los derechos fundamentales»* (25).

Y el paso de los años ha consolidado esta posición, especialmente sintetizada en la sentencia del *caso Egin* (26), según la cual la libertad de comunicación

*«garantiza un interés constitucional, la formación de una opinión pública libre, garantía que reviste una particular trascendencia, al ser una condición previa y necesaria para el ejercicio de otros derechos inherentes al funcionamiento de los pilares de una sociedad libre y democrática»* (27).

Al margen de las consideraciones que en las sentencias anteriores se refieren al derecho a la intimidad y a la propia imagen, también están plagadas de alusiones al conflicto entre honor y libertad de expresión que no desarrollamos ahora, pero cuyo enfrentamiento con la segunda es similar al de los ataques a la intimidad y a la propia imagen.

(24) Sentencia del Tribunal Constitucional de 16 de marzo de 1981 (BOE de 14 de abril de 1981).

(25) Estos argumentos se han repetido en otros fallos como la Sentencia del Tribunal Constitucional 104/86 o la Sentencia del Tribunal Constitucional 214/91, que recuerdan el *valor preponderante* de esta libertad o su papel para *colorear* el ejercicio de otras libertades.

(26) Sentencia del Tribunal Constitucional 159/86 de 12 de diciembre (BOE 21 de diciembre de 1986).

(27) La doctrina ha convertido estas frases en postulado clásico, como se recoge en MUÑOZ MACHADO, S. 1988: *Libertad de prensa y procesos por difamación*. Ariel. Barcelona. P. 172.

*b) Personaje público. Información veraz. Profesional meticulado. Asunto público de interés general. Esencia de las libertades. Actitud del personaje.*

Como la prevalencia de la libertad de expresión no es universal, no carece de aristas y matices, y de ponderación (28) —de acuerdo a la terminología del *caso Soria Semanal*— según las situaciones, aludiremos a los extremos que cualifican cada conflicto a la hora de inclinar la balanza a uno u otro lado.

La principal diferencia es la distinción entre *personaje público* y ciudadano anónimo, que son objeto de distinta protección en la Ley 1/82 de Protección Civil del Honor, la Intimidad y la Imagen. En su artículo 8.2 se indica que

*«el derecho a la propia imagen no impedirá: a) su captación, reproducción o publicación por cualquier medio, cuando se trate de personas que ejerzan un cargo público o una profesión de notoriedad o proyección pública y la imagen se capte durante un acto público o en lugares abiertos al público».*

Una de las mejores síntesis de esta distinción la ha realizado el magistrado Enrique Ruiz Vadillo (29), tras analizar una década de sentencias del Tribunal Supremo de la etapa democrática, la de los años ochenta, quien señala que

*«el enjuiciamiento ha de ser medido de muy distinta manera cuando se trate de una persona pública o cuasi pública o de una persona privada. La persona pública tiene sobre sí una carga sobreañadida, inherente a la función que desempeña, de que su conducta sea conocida y valorada por los ciudadanos. En cambio, la persona privada tiene un radio de acción mucho más extenso y más intenso a la hora de preservar su intimidad y su imagen».*

(28) Sentencia del Tribunal Constitucional 105/86 (BOE de 12 de noviembre de 1987).

(29) RUIZ VADILLO, E. 1989: «Diez años de libertad informativa. Consideraciones generales». En *Información y libertades públicas en España*. Cursos de verano de El Escorial (Madrid). Universidad Complutense. P. 37.

Y este análisis ha vuelto a ser confirmado casi diez años después (30), sumando a la relevancia pública y al interés general de la información divulgada el que estos criterios rigen también para la delimitación del derecho a la propia imagen (31), especialmente ante su captación mediante nuevas tecnologías, ante las que el Código Penal también trata de actualizarse en el mencionado Título X del Libro II.

Insistimos en que la libertad de expresión y el derecho a la intimidad requieren ponderación, y además de la diferenciación entre personaje público y ciudadano anónimo, subrayamos otras razones que pueden esgrimirse para reivindicar el derecho a ser dejado en paz – *the right to be let alone*, según la definición clásica del juez Cooley desde 1873–.

En este sentido, prevalecerá la libertad de información si la misma es *veraz*, realizada por un *profesional metódico* de la información y se refiere a *asuntos públicos de interés general*.

Igualmente, y según los principios del Derecho Constitucional, los límites que el derecho a la intimidad y a la propia imagen impondrán vendrán de la mano del hecho de que nunca podrán afectar a la *esencia de las libertades*, y que serán concebidos en función del bien común y del respeto a las libertades de otros ciudadanos (32).

Otros instrumentos para discernir en este conflicto radican en la *actitud del personaje*, cuya intimidad se rebaja si denuncia una agresión en la misma en una circunstancia similar a otra anterior en la que comercializó su imagen –con las conocidas exclusivas– o cuando reclamó la presencia de la prensa por interés personal, como se refiere el *caso María del Mar Martínez Bordiú* (33).

En todo caso, la línea del Tribunal Constitucional no ha encontrado unanimidad en la doctrina. Significativa es aquella postura que comenta el *caso del arquitecto enfermo de sida*, en el que se dio primacía al derecho a la

(30) CARILLO, M. 1997: «Información e intimidad». *El País*. Madrid, 3/9/97. P. 13.

(31) RODRÍGUEZ BERELO, A. 1997: «La libertad de información en la jurisprudencia constitucional». *El País*. Madrid, 7/3/97. Pp. 33 y 34. En este caso se sustenta en sentencias como la 138/96; 3/97; y 99/94.

(32) SORIANO LÓPEZ, I. 1995: *Historia y teoría de las libertades públicas de la información*. Alicante. P. 69. Recuerda los principios esbozados por el profesor Lucas Verdú en su «Curso de Derecho Político».

(33) Sentencia de 30 de julio de 1986 del Juzgado Primera Instancia de Madrid nº 14.

información. El autor (34) lamenta que se haya atribuido como libertad informativa la trascendencia que tiene la libertad ideológica del artículo 16 de la Constitución. Asimismo el autor considera previa a las demás la dignidad reconocida en el artículo 10 de la Constitución, de la que debe disfrutar un enfermo de sida.

Finalmente, y como cuestión doméstica, voces de reconocido prestigio han indicado que mientras se desarrolla un proceso judicial, siempre que se pueda —siendo un asunto de interés general y sin perjudicar el proceso—, debe primar la libertad de información sobre el secreto, ya que mal entendido este último podría acarrear una mal entendida materia reservada (35).

### III. Solución ética

#### a) Consecuencias jurídicas

¿Perderán pues los personajes públicos su privacidad cuando estén fuera de su intimidad o en lugar público? Esta parece ser una de las preguntas más importantes y con la cual, de encontrarle solución, podrían derivarse consecuencias hacia otras situaciones.

Llegados a este punto, es preciso respaldar aquellas posturas que indican que la *casuística* es muy abundante (36), aspecto que cuenta con difícil solución.

En un análisis crítico de la Ley Orgánica de 1982 se apuntan además las carencias de la misma que sería necesario corregir, destacando por su interés para nuestro estudio la necesidad de que se mejore la precisión a la hora de determinar qué informaciones están *privilegiadas* para su difusión (por estar referidas a un personaje público, como contribuyentes a una opinión pública libre...); y la necesidad de que se varíe la abundancia de conceptos indeterminados con que cuenta la ley (37).

---

(34) LASARTE ÁLVAREZ, C. 1992: *Derecho a la intimidad versus libertad de información: la primacía constitucional de la intimidad*. Tapia. Madrid, junio. Pp. 3 a 5.

(35) GRANADO, C. 1995: Ponencia de clausura del curso «Pluralismo y medios de comunicación». Universidad de Andalucía. Baeza (Jaén), 18/9/95.

(36) MARTÍNEZ-CALCERRADA, L. 1997: «La legislación española y la muerte de Diana de Gales». *ABC*. 6/10/97. P. 38.

De otro lado, normas que también conciernen a nuestro estudio, nos ponen de manifiesto una de los principales argumentos que nos hace considerar insuficiente la solución jurídica, por producirse la reparación *a posteriori* (incumplimiento de la norma y sanción posterior o aplicación de leyes como la del Derecho de Rectificación) (38); y en gran parte y debido a la gran casuística, según el *criterio de juez* y de acuerdo a los *usos sociales*, tan dispares en ocasiones. Es el ejemplo de la Exposición de Motivos de la Ley Orgánica de Protección del Honor, la Intimidad y la Imagen, que dice que

*«se estima razonable admitir que en lo no previsto por las leyes, la esfera del uso de la imagen está determinada de manera decisiva por las ideas que prevalezcan en cada momento a la sociedad y por el propio concepto que cada persona según sus propios actos mantenga al respecto y determine sus pautas de comportamiento (...) a resolver según la prudente determinación del juzgador».*

Similares criterios encontramos en la Ley Orgánica 5/1992 de 29 de octubre, de Regulación del Tratamiento Automatizado de Datos de Carácter Personal (39).

No dejaremos sin embargo de reseñar algunas alabanzas a la concreción de determinadas normas, pues hay autores (40) que califican de *diáfana* la regulación que aplica el Código Penal en su apartado mencionado de delitos contra la intimidad.

#### *b) Responsabilidad de las empresas informativas*

Mención especial merecen de otro lado las empresas periodísticas a la hora de detectar la fuente de alguno de los problemas y por tanto, las correcciones a adoptar.

(37) MARTÍN MORALES, R. 1994: *El derecho fundamental al honor en la actividad política*. Universidad de Granada.

(38) Ley Orgánica 2/84 de 24 de marzo (BOE de 27 de marzo de 1984).

(39) BOE de 31 de diciembre de 1992.

(40) CABALLERO BONALD, R. 1997: «El video». *Ideal*. 30/11/97. P. 27.

En más de una ocasión se ha puesto de manifiesto que de nada sirven las reivindicaciones que piden la creación de códigos deontológicos de los periodistas, pues los informadores están sometidos a las empresas (41). Postura defendida igualmente por los que sostienen que de la ética que debe hablarse es de la informativa, ya que no es sólo para los periodistas, sino también para los empresarios (42).

Otros que apelan a la honestidad profesional han llegado a decir que los *papparazzis* son los menos culpables, pues no son más que un instrumento (43).

Las empresas de comunicación son susceptibles de valoración económica, y en ellas, en muchos casos, la palabra interés no tiene siempre un sentido moral, sino muchas veces material y tangible (44).

Figuras que postularemos más adelante como la del Defensor del Lector de un diario nacional, han recogido el sentir del Colegio de Periodistas de Cataluña cuando indican que

*«culpando sólo a los papparazzis el debate se plantea de manera hipócrita (...). Más que poner límites a la información, que existe ya en las leyes, debería plantearse la necesidad de acotar la competencia en el mercado de la comunicación dentro de los límites de la ética, y por supuesto, no con leyes, sino con mecanismos eficaces de autorregulación».*

Para este autor (45) los auténticos protagonistas del proceso comercial no son

---

(41) J. M. R. C.: «El profesor Farias dice que las empresas periodísticas deberían tener un código deontológico». *Diario Jaén*. 18/8/95. Entrevista realizada con motivo de su ponencia en el curso «Pluralismo y medios de comunicación» de la Universidad de Andalucía. Baeza (Jaén), 17/9/97.

(42) BARROSO, P. 1984: *Códigos deontológicos de los medios de comunicación social*. Ediciones Paulinas. Madrid.

(43) KAPUSCINSKI, R. Op. cit.

(44) SÁNCHEZ AGESTA, L. 1986: «Simplicidad y complejidad del artículo 20 de la Constitución». En *Boletín de la Asociación de Editores de Diarios Españoles*. N° 12. Madrid. P. 13.

(45) GOR, F. 1997: «Las fotos del absurdo». El Defensor del Lector. *El País*, Madrid, 7/9/97. P. 18.

los fotógrafos. Son los editores y los consumidores, los cuales tienen que decir claramente si esto es lo que prefieren.

c) *Formación del periodista. Cláusula de conciencia y secreto profesional*

Pero al igual que se destaca la importancia de las empresas, de sus criterios economicistas, de sus procesos de concentración, la alusión al periodista es complementaria.

Una de las mejores *armas* con las que contará el profesional de la información para discernir, ante tanta casuística, cuál es la mejor actitud, estará en la claridad que le aporte su formación, en la que no sólo deben aprenderse aspectos técnicos, sino también éticos.

Y en este punto hay que destacar la poca consideración de los estudios de Ciencias de la Información, el intrusismo en la profesión, en parte a causa de la falta de unidad en los criterios de acceso a la misma entre países y empresas (46). Ante ello, se reivindica un estatuto propio de la profesión periodística, sobre el que igualmente es conocida la opinión divergente entre los grandes editores. Unos editores que igualmente están perjudicando a la credibilidad y a la dignidad del periodista por las negativas condiciones laborales que vienen imponiendo, lo cual también tiene consecuencias en el trabajo que se realiza, al ser más fácil sucumbir a las ofertas y tentaciones de los entrevistados (47).

Se ha escrito que el periodismo del siglo XIX y primera mitad del XX era ejercido por gente muy preparada, por gente de alto sentido de la honestidad, con un código ético muy riguroso. En el de hoy, con una competencia desenfadada y salvaje imperante, la ética queda aparcada (48).

De otro lado, frente a una tradición de demonización de la censura como la existente en España por su mal uso en la historia de los últimos años, bien vistas están experiencias internacionales como la confiscación de tiradas para preser-

(46) DE LA TORRE OLID, A. 1997: «La patronal de la comunicación debe negociar». *Diario 16 Andalucía*. Sevilla, 29/8/97. P.2.

(47) La preocupación por la situación del periodista fue asumida por el entonces presidente de la Federación de Asociaciones de la Prensa de España, Luis Apostua, y reflejadas a través del libro *La organización de los periodistas en 1993*. Ponencias del Seminario de la Universidad Menéndez Pelayo. Santander. 18/22 de junio de 1990.

(48) KAPUSCINSKI, R. Op. cit.

var la intimidad. En el caso del ejemplo que nos ocupa, la de un libro en el que un médico no respeta su obligación de secreto profesional (como el que asiste al periodista, en el caso español mediante el artículo 20 de la Constitución que sin embargo no ha tenido aún norma que lo desarrolle) y pretendía publicar los detalles del proceso de la enfermedad del presidente francés Mitterrand tras su muerte.

En otro orden de cosas, y como otro instrumento más en manos del periodista para demostrar su ética, han debido pasar casi veinte años, desde la promulgación de la Constitución española, para que se aprobase la norma que desarrolla el artículo 20 de la Constitución, en este caso nos referimos a la Ley de la Cláusula de Conciencia (49), que le permitirá no suscribir una tarea encargada por la empresa informativa (como captar determinada fotografía o imagen) o escribir un artículo, si su contenido no se comparte.

Al igual que en relación a la conveniencia de que exista un estatuto de la profesión periodística existen diferencias a la hora de defender una norma específica de cláusula de conciencia. Y todo, en el marco que nos ocupa en este punto y en el último de si es preciso un heterocontrol, control gubernamental o norma aplicada desde un poder legislativo—ajena a la profesión periodística o sólo parte de ella en cuanto que el informador forma parte del pueblo que designa los miembros de un Parlamento— frente a un autocontrol.

#### *d) Consecuencias éticas*

Vistas las dificultades de la praxis casuística (50), es preciso revalorizar el valor del derecho a la intimidad en aquellas situaciones en que se ha devaluado o imponer la libertad de expresión desde una actitud personal del informador.

Volviendo a la diferenciación entre demanda del espectador u oferta del programador, se ha señalado que

*«El interés público de una información no lo justifica todo, especial-*

(49) Ley Orgánica 2/97 de 19 de junio.

(50) LÓPEZ AZPITARTE, E. 1990: *Ética y vida. Desafíos actuales*. Ediciones Paulinas. Madrid. El autor apela a la ética aunque recuerda escéptico el verso de Calderón de la Barca: «Ninguno guarda un secreto/mejor que el que no lo sabe».

*mente si se ponen en peligro otros bienes jurídicos como puede ser la intimidad (...) No se puede poner como excusa que hay un público que consume este tipo de informaciones, porque ante esta hipotética demanda debe predominar una oferta basada en criterios de ética profesional y de auténtica relevancia pública de las informaciones. Relevancia que brilla por su ausencia en muchas publicaciones» (51).*

Por tanto, una autorregulación que según la doctrina debe saber diferenciar *interés público* de *curiosidad pública*; observar la repercusión en la vida pública de un hecho; velar por los daños eventuales a terceros; atender al consentimiento otorgado; y contemplar el carácter público de las personas (52).

#### *e) Códigos y comisiones deontológicas*

Sin desdeñar el que se avance en el camino de la concreción legislativa de las situaciones en que se atenta contra la intimidad o en las que debe prevalecer la libertad de expresión, abogamos por la autorregulación del periodista, y para concluir, por la existencia de textos al estilo del Juramento Hipocrático del médico para esta profesión e instituciones que canalicen dicho autocontrol. Instituciones necesarias para cubrir incluso las faltas en las que hasta el periodista más honesto y en permanente alerta, como humano que es, pudiese algún día incurrir.

Desde 1983 existe a nivel mundial un Código Deontológico del profesional de la información emitido por la Unesco, del mismo modo que lo tienen muchos países. Entre sus antecedentes está el Código de Honor de Naciones Unidas de 1952; la Declaración de Derechos y Deberes de los Periodistas o Declaración de Munich de 25 de noviembre de 1971; el Código Moral del Periodista Europeo de 1972, promulgado en Roma en 1972 por la Comunidad Europea de Periodistas; el Código Moral de la Asociación Interamericana de Prensa de 1926, por

(51) Opinión del catedrático de Opinión Pública Alejandro MUÑOZ ALONSO. En «Los expertos coinciden: urge la autorregulación de la profesión periodística para evitar el intrusismo». *ABC*. Madrid, 2/9/97. P. 32.

(52) BLÁZQUEZ, N. 1984: *Información responsable*. Noticias S. A. Madrid. P. 364.

citar alguno de otra área; y otros tan interesantes como el Dodecálogo de Deberes del Periodista de Camilo José Cela, de 1990.

Pues bien, la necesidad de la ética informativa no debe partir del criterio de cada cual, sino que brota de la naturaleza misma de la información, que se inscribe en el contexto de la justicia social y de los derechos fundamentales.

Por ello, los *temas claves* de las normas deontológicas son la libertad, la responsabilidad, el secreto profesional, la cláusula de conciencia, el autocontrol, la verdad, la objetividad y la veracidad (53).

En unos casos son los mismos profesionales los que se han dotado de un código tras su asociación voluntaria en la que se imponen su cumplimiento; en otras ocasiones lo delegan con funciones coercitivas en un órgano superior propio; y en un tercer caso el código puede ser simplemente orientativo.

Los códigos suelen iniciarse con un preámbulo; seguidos de unos principios básicos; la justificación de las normas de autocontrol; los órganos de autocontrol y las sanciones.

Respecto a la actividad periodística hacen referencia al derecho a la información; la investigación; el acceso a los medios; la difusión; y los derechos humanos.

Definen igualmente los agentes de la actividad informativa, el periodista; el deber del secreto profesional; deber de responsabilidad; deber de veracidad y sinceridad; solidaridad profesional; relaciones con las empresas; independencia ideológica; económica; la publicidad; además de los derechos de la sociedad.

De otro lado, muchas redacciones se han dotado de un Libro de Estilo, poco específico en muchas ocasiones aunque bastante orientativo (54).

Respecto a las comisiones deontológicas, en el caso de Inglaterra se

---

(53) Son los contenidos más comunes compilados por ATIENZAR CAMAÑO, M. J.: *En ética informativa en la Comunidad Europea*. La autora recoge en un gran estudio sin publicar las comparaciones realizadas por diversos autores que han estudiado códigos supranacionales y nacionales. Analiza 18 países europeos y el ámbito no europeo. Curso de Doctorado 1991-92. Universidad Complutense.

(54) *Libro de Estilo. El País*. Ediciones El País, Madrid, 1996. Pág. 79. El ejemplo que podemos utilizar es una positiva alusión en su capítulo 5, sobre Fotos y Gráficos, punto 4, cuando dice que «las fotografías con imágenes desagradables sólo se publicarán cuando añadan información». Insistimos en la dificultad de saber cuándo son desagradables unas fotografías, de un lado, y cuando añaden información, de otro.

encuentra una de las experiencias más avanzadas, con la Comisión de Quejas que dictó un Código de Buena Conducta publicado por los editores (55) en 1989 en un momento de indignación de los ciudadanos y de anuncio de medidas legales (heterocontrol) de intervención en defensa de la intimidad.

Y en España, tanto el Colegio de Periodistas de Cataluña como la Federación de Asociaciones de la Prensa de España, cuentan con Códigos desde los años 92 y 93 respectivamente. Cataluña ha sido la única comunidad autónoma dotada de un Consejo de Prensa al que llegasen las quejas de los afectados, para cuya constitución se ha querido contar no sólo con periodistas, sino con personas de prestigio procedentes de la magistratura, la abogacía, la Universidad, las asociaciones de vecinos...

Para el resto del país, la Federación de Asociaciones de la Prensa acaba de aprobar a finales de mayo un Reglamento de funcionamiento de su Comisión Deontológica (56), a cuyos dictámenes y arbitrajes deben sumarse los recurrentes y los medios que la reconozcan. Sería interesante que la misma empezase a contar con el mayor número de sometidos a sus informes, y con prestigio y autoritas entre los medios, las editores y el público.

Respecto a los medios más avanzados, los audiovisuales en concreto, existen órganos como el Consejo Superior del Audiovisual o de similar nombre, en países como Francia, Portugal y Holanda, con funciones similares a la comisiones deontológicas y de quejas (57), que viene siendo muy reivindicada en España (58).

---

(55) Unos editores que incluso tras la muerte de Lady Di han pactado dejar en paz a sus hijos, menores.

(56) Publicado en el *Boletín FAPE*. Nº 25. Madrid, junio 1997. Pág. 18.

(57) Recopilados en DE LA TORRE OLID, A. 1995: *Aspectos jurídico-formales de la televisión europea*. Tesis doctoral sin publicar.

(58) NÚÑEZ ENCABO, M. 1997: «Una comisión para la impunidad televisiva». *El País*, Madrid, 31/10/97. P. 34. DE CARRERAS SERRA, L. 1997: «La necesidad de un Consejo de lo Audiovisual español». *El País*. Madrid, 19/11/97. P. 34.