

Principales cuestiones éticas en la cobertura de sucesos: problemas y soluciones

Iñigo MARAURI CASTILLO

Departamento de Periodismo II - Facultad de Ciencias Sociales y de la
Comunicación - Universidad del País Vasco (UPV-EHU)

Campus de Leioa. Barrio Sarriena s/n, 48940, Leioa (Vizcaya, España)

Correo electrónico: inigo.marauri@ehu.es

María del Mar RODRÍGUEZ GONZÁLEZ

C/ Bidebarrieta 9 4º, 48005 Bilbao (Vizcaya, España)

Correo electrónico: miren@consumer.es

Resumen

Los sucesos se mantienen como una de las parcelas de la información cuya cobertura genera mayores dilemas morales. La razón: el dolor y el duelo íntimos y privados se transforman en objeto de interés público. Sufrimiento físico y sufrimiento emocional son dos características clave en crímenes, accidentes o catástrofes naturales. Ambos alimentan buena parte del atractivo o del interés que puede suscitar en el potencial lector y, por supuesto, en el periodista y el medio de comunicación para el que trabaja. Ambos forman también el nudo gordiano de los problemas éticos que genera la cobertura de este tipo de noticias. Las dos se sitúan en un plano en el que, por un lado, se incrementa la indefensión de víctimas y familiares, hasta entonces anónimos en su gran mayoría, y, por otro, se agudiza la necesidad de intimidad, lo que acentúa el ya de por sí delicado equilibrio entre la privacidad y el derecho a informar y a ser informado. En la presente comunicación se detallan los principales problemas éticos y las recomendaciones para tratar de solventarlos con el fin de ofrecer un trabajo de calidad periodística sin violentar a los involuntarios e indefensos protagonistas de la noticia.

1. Introducción

El desarrollo de la labor periodística no siempre ha corrido parejo con la pulcritud en el fondo y en las formas de la obtención y de la transmisión del mensaje noticioso al público lector. De hecho, los problemas éticos, aquellos que tratan de la moral y de las obligaciones del ser humano en su relación con los demás, y las aportaciones sobre la posibilidad de una deontología periodística, es decir, del establecimiento de unos deberes morales en el ejercicio del trabajo informativo¹, han sido fruto de una relación causa–efecto ineludible desde la propia concepción del Periodismo como tal.

¹ José Martínez de Sousa define la deontología periodística como la formulación sistemática y razonada de los deberes profesionales de los periodistas en relación con la consideración hacia sus colegas, sus fuentes de información, las

El equilibrio, en ocasiones precario, del bien individual y el bien común, y la colisión de derechos marcan el ejercicio de una actividad que, de manera frecuente, se escuda en la validez y relevancia de su misión para exigir el grado máximo de libertad y la ausencia de cortapisas que le supongan un menoscabo. Si bien esta tensión se hace extensiva a todas las áreas que se engloban dentro del trabajo periodístico, hay algunas en las que, por sus especiales características, las posibilidades de romper con más facilidad esta frágil estabilidad se incrementan.

Los sucesos pertenecen a una parcela del Periodismo en la que la sensibilidad ante un comportamiento guiado por la ética, o por la ausencia de ella, se agudiza. Los efectos de la exquisitez o de la zafiedad, de la profesionalidad o del “todo vale” se multiplican porque el protagonista de la noticia es el dolor, el dolor provocado por un accidente de autobús, por un siniestro aéreo, por el descarrilamiento de un tren, por una catástrofe natural, por un crimen... una vivencia que deja a la víctima y a su entorno en una situación de desamparo y de debilidad con la que los periodistas deben tratar bajo una presión en ocasiones asfixiante, la exigencia constante de sus superiores de una información acorde con el medio en el que trabajan, sin tiempo, en competencia con otros muchos colegas y con el deseo de lograr una mejor información que ellos.

2. Periodismo ético, deseable y ¿posible?

Ya lo advierte David Randall² en *El Periodista Universal*: “¿Qué se suele entender por ética? Para algunos periodistas es un código de principios al que toda la prensa debe adherirse; quien no lo suscriba, al menos habrá de sentir remordimientos. Para otros que generalmente trabajan en circunstancias más duras y apremiantes, es algo irrelevante: un tema de debate para los estudiosos del Periodismo. (...) Los factores básicos que determinan el tipo de ética al que se adhiere un periodista son su sueldo, la competencia y la cultura del periódico para el que trabaja”.

Esta cultura, según Randall³, es una suerte de secreto profesional que se transmite del maestro al aprendiz; un conjunto de conocimientos sobre la profesión en continua evolución (o degeneración). Los directores y los

personas con las que ha de tratar y el público en general. MARTÍNEZ DE SOUSA, José. *Diccionario de información, comunicación y periodismo.* 2ª edición revisada. Paraninfo. Madrid, 1992. P. 146.

² RANDALL, David. *El periodista universal. Siglo XXI de España editores.* Madrid, 1999. P. 120.

³ RANDALL, David. *Op. Cit.* P. 11.

redactores jefes se basan en ella para decidir qué es una buena noticia y qué es “aburrido” y, por tanto, desechable, así como para dividir los temas en “atractivos” y faltos de atractivo. También, apunta, es la cultura periodística la que crea clima ético de un periódico y, por ello, es responsable de la ética del día a día en una medida mucho mayor que cualquier reglamento teórico.

A su juicio, la ética debería concebirse como un conjunto de maneras prudentes de actuar, en lugar de como un conjunto de principios, y se debería tratar de establecer unas directrices que ayuden a planificar el trabajo periodístico para que sea lo más veraz posible.

2.1. Ética y profesionalidad

Desde esta perspectiva, el experto en deontología periodística Hugo Aznar⁴ advierte de los riesgos de separar ética y profesionalidad. En las sociedades desarrolladas los valores del éxito económico y la eficacia técnica tienen una posición social preferente. En consecuencia, a menudo se concibe al “buen profesional” tan sólo como un experto con dominio técnico y capacidad para conseguir un elevado rendimiento económico en su actividad. La dimensión moral suele estar ausente de esta imagen, con lo que se tiende a promover un comportamiento profesional amoral, ajeno a toda consideración ética. Esto es especialmente cierto en el mundo de la comunicación.

Como ejemplo de ello, Aznar recuerda los crímenes de Alcàsser (1992), la polvareda que levantó su tratamiento informativo, sobre todo en el caso de las televisiones, y en especial el realizado por la periodista Nieves Herrero. Retoma lo dicho por ella en una entrevista publicada en esas fechas por el diario El Mundo: “No me arrepiento del programa porque he actuado *con profesionalidad* (en cursiva en el texto)”. Y afirma: “Sin duda estas palabras revelan lo que suele entenderse hoy por actuar *profesionalmente*: hacer algo irreprochable desde el punto de vista técnico y económico pero sin plantearse para nada su posible dimensión moral. La *sorpresa* de Nieves Herrero representa un claro testimonio de una concepción de la profesionalidad en la que la ética no ocupa lugar”.

Esta preocupación por la ética en el trabajo periodístico se ha reforzado en las últimas décadas. El prestigioso periodista Tom Goldstein⁵ reconocía a mediados de los años 80 que los periodistas conocían más las consideraciones

⁴ AZNAR, Hugo. *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios*. Ariel Comunicación. Barcelona, 1999. Pp. 33-34.

⁵ GOLDSTEIN, Tom. *The news at any cost*. Simon & Schuster. New York. 1986. (Traducción del investigador). P. 12.

Actas – II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – Universidad de La Laguna, diciembre de 2010

éticas que veinte años antes, cuando él mismo empezó a escribir. “Ciertamente, se habla más sobre ética. Pero no quiere decir que necesariamente se comporten de manera más ética”. No obstante, el mismo autor admitía que en sus comienzos creó una familia ficticia, aceptó invitaciones a actos que no cubría, inventó cartas al director...

Goldstein recuerda un libro de texto, *Investigative Reporting*, de David Anderson y Peter Benjaminson, en el que establecen un procedimiento para obtener noticias que asume que los buenos periodistas deben comportarse de manera no ética. Declaran que “muchas técnicas fundamentales de periodismo de investigación requieren acciones que algunos calificarían como deshonestas, fraudulentas, inmorales y quizá incluso ilegales”. Este libro fue definido por su editorial, *Indiana University Press*, como “un trabajo definitivo, de enorme valor para periodistas como para estudiantes y sus profesores”. Apareció en 1976, un año después del Watergate en el que el periodismo de investigación gozaba de gran aceptación.

En las antípodas de los postulados de este libro, Melvin Mercher⁶ afirma, en un juicio quizá demasiado bienintencionado, que los periodistas se han dado cuenta de que sin algún tipo de almacén moral la práctica del Periodismo se reduce a una persecución tras informaciones inconexas y eso supone para el periodista una vida vacía de significado y dignidad. Este autor establece además lo que él denomina un marco moral del periodista. En él incluye una serie de principios básicos –lealtad a los hechos, distanciamiento de los hechos, respeto a los valores compartidos, alejamiento de una objetividad sin valores, una buena disposición para mantener en suspenso la creencia hasta la evidencia, reconocimiento de las limitaciones y responsabilidades, creencia en los métodos del Periodismo, una visión moral del futuro, la curiosidad y la actividad frente a la reactividad–. Además de los citados, reclama un compromiso con los asuntos de hombres y mujeres, compromiso que genera compasión, rigor e imparcialidad, que son las bases de un periodismo ético, y la asunción de que las palabras son acciones que tienen consecuencias y que el periodista tiene su parte de responsabilidad en esos efectos.

En una línea similar, la catedrática María Pilar Diezhandino⁷ defiende que la formación en redacción periodística tiene que considerar los principios generales de la ética y la deontología profesional, habida cuenta de que la

⁶ MERCHER, Melvin. *News reporting and writing*. Brown and Benchmark. Dubuque, 1994. (Traducción del investigador). Pp. 555 a 569.

⁷ DIEZHANDINO, María Pilar. *El quehacer informativo. El “arte de escribir” un texto periodístico*. Servicio Editorial de la UPV. Bilbao, 1994. P. 35.

actividad del periodista debe estar guiada por la ética. “No cabe una doble conciencia, la del profesional y la del individuo, sino una sola; la conciencia profesional. Y, naturalmente, no cabe considerar la Ética como disciplina y olvidar sus principios a la hora de abordar la enseñanza práctica consustancial a la Redacción. (...) Es más, la Redacción Periodística, el redactor, necesita cada vez más el amparo de la ética y deontología profesional. Por si no hubiera acumuladas suficientes razones avaladas por la experiencia y la investigación para respaldar esta evidencia, en estos últimos tiempos la realidad ha sido más convincente que la mejor dialéctica”, lamenta.

2.2. Corresponsabilidad ética

Pero no sólo es al periodista a quien incumbe la ética dentro del mundo periodístico. Alfonso Sánchez Tabernero⁸ habla de la ética y de su sentido en las empresas de comunicación y apunta, no sin razón, que los deberes éticos y su reflejo en el producto periodístico no dependen en exclusiva de los periodistas, también de los empresarios de la comunicación. Sin embargo, la aplicación de la ética en este ámbito no parece fácil, según sus palabras. “Muchas personas que poseen un fin vital más elevado –menos mediocre– que el puro afán de lucro no se convierten en emprendedores porque piensan –con razón– que sus compromisos éticos suponen una notable desventaja competitiva frente a quienes carecen de principios: no pueden engañar, no pueden defraudar a la Hacienda pública, no pueden tratar a las personas como si fueran cosas, no pueden convertir la intimidad de personajes públicos en noticia, no pueden aceptar anuncios falaces o que atenten contra la dignidad humana, no pueden ser morbosos ni exageradamente sensacionalistas... No pueden hacer demasiadas cosas”.

Sin embargo, pese a lo anterior, la visión que ofrece del Periodismo peca de candidez cuando asegura: “El entorno fuertemente competitivo y complejo cada vez premia más el coraje, la integridad, la veracidad y la honradez. Estas cualidades las reclaman los ciudadanos (...), los propietarios y directivos y los colegas de trabajo”. De hecho, el autor parece contradecirse cuando, unos párrafos después, asevera: “La intensificación de la competencia no parece dar cabida a las ideas que puedan desviar a las compañías del más puro ánimo de lucro; además, la sociedad es muy permisiva y su grado de exigencia ética ha disminuido en las últimas décadas, entre otros motivos porque el comportamiento de algunos medios convierte en “tolerable” lo que pocos años antes se consideraría “inadmisible””.

⁸ SÁNCHEZ TABERNERO, Alfonso. *El comportamiento ético de las empresas de comunicación, en CODINA, Mónica (editora). De la ética desprotegida. Ensayos sobre deontología de comunicación. Eunsa. Pamplona, 2001. Pp. 22-39.*

Hugo Aznar⁹ defiende que en principio no es intrínsecamente *inmoral* que los medios de comunicación estén configurados como empresas, aunque el conflicto entre las exigencias éticas y las empresariales de los medios es mucho más frecuente de lo que sería deseable; y esto ha llevado a menudo a pensar que dicha configuración empresarial era a priori incorrecta. Pero no hay que contemplar esta situación de conflicto como algo insuperable, como algo que no admita mejora ni solución alguna. Es más, verlo así puede incluso servir también como una excusa fácil para descargar cualquier responsabilidad y para adaptarse a un estado de cosas que en ocasiones puede resultar beneficioso.

Por este motivo, Sánchez Tabernero cree que es bueno concienciar a los periodistas y a los empresarios del sector desde su etapa de formación sobre los beneficios, económicos y profesionales, que genera una labor ética. “En un entorno cada vez más competitivo y complejo, la clave de la supervivencia de las empresas de comunicación consiste en fortalecer sus equipos humanos y sus marcas. Y tanto el despido injustificado de personas como los contenidos degradantes generan a largo plazo graves dificultades para mantener el prestigio de las compañías y para atraer, retener y motivar a los mejores empleados”. “Aunque el recurso al grito, a la sangre y al sexo tiene eficacia a corto plazo y requiere escaso talento, muy pocas veces las empresas pueden evitar que al cabo de pocos años se produzcan efectos no deseados: cansancio del público, disputas internas y desprestigio de la compañía”.

Hay autores que extienden la responsabilidad ética a los propios consumidores de información, a los lectores, oyentes y espectadores. Dado que el público es titular de un derecho humano a la información y que tiene un protagonismo propio en el proceso comunicativo, su participación no sólo constituye un derecho, sino también una obligación. Es cierto que dispone de poco margen para hacerlo, pero en la medida en que puede elegir y actuar, por poco que sea, también tiene una parte de responsabilidad en la tarea de mejorar la comunicación, de lograr que se ajuste más a sus valores y a sus principios éticos. No sólo cabe hablar pues de una ética del periodista y una ética de la empresa comunicativa, sino también de una ética del público, una *ética de los usuarios* de la comunicación¹⁰.

⁹ AZNAR, Hugo. *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios*. Ariel Comunicación. Barcelona, 1999. Pp. 49-50.

¹⁰ HAMMELINK, *Ethics for media users*. Citado por AZNAR, Hugo. *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios*. Ariel Comunicación. Barcelona, 1999.

Pese al interés general por extender una ética sobre los distintos campos del Periodismo, también existen disidentes, en su mayoría periodistas en ejercicio, que no ocultan su escepticismo sobre el valor real de esta preocupación ética. Es el caso de Arcadi Espada¹¹, que en su magnífico *Raval. Del amor a los niños*, un gran ejemplo de que la búsqueda de la verdad es el mejor remedio ético, escribe que el Periodismo se ha convertido en una ficción. “Sólo se trata de modernizar también la doctrina del oficio y bajar el volumen del griterío ético. Siempre habrá una ética mínima del periodismo. (...) La participación del periodismo en la mejora de las condiciones de vida, en la felicidad y en la justicia de los hombres es aleatoria y de ahí que la grandilocuencia ética tenga la vacuidad de un bostezo”.

3. Códigos y autorregulación

La visión escéptica ante el debate y la reflexión sobre una ética o deontología del Periodismo o el punto de vista interesado del que desea gozar de impunidad en su trabajo y obvia este asunto reflejan dos perspectivas diferenciadas, pero muy comunes, en el seno de la actividad informativa. Sin embargo, la opinión acerca de la necesidad de establecimiento de determinados instrumentos que favorezcan o fijen esta ética es muy otra en el campo de la teoría de la información, más aún cuando quienes la protagonizan lo hacen desde una posición ajena al Periodismo que les permite observar la realidad desde otro ángulo. Así ocurre con los sociólogos Félix Ortega y María Luisa Humanes y su obra *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*, una notable radiografía de la profesión periodística española.

En ella la ética aparece de forma relevante. Para sus autores, está claro que mientras el Periodismo carezca de un cuerpo de reglas equivalente a los de otros campos de producción cultural, seguirá presidiendo su actividad el lema de “todo vale”. Los periodistas entienden que la suya es, según la terminología utilizada por Max Weber, una “acción orientada a valores” (la libertad de expresión), para la que basta con la “ética de la convicción”, que se traduce en no asumir (o asumirlo con dificultad) las consecuencias que se derivan de sus actos. El propio Weber, citan Ortega y Humanes, hace ya de esto más de 70 años, entendía que en la medida en la que el periodista se puede asimilar al político, tendrá que basarse en su misma ética, en la responsabilidad.

Ambos critican que el Periodismo en este punto parece divergir notablemente de la evolución del mundo profesional. En vez de formalizar y

¹¹ ESPADA, Arcadi. *Raval. Del amor a los niños*. Editorial Anagrama. Barcelona, 2000. P. 222.

objetivar las reglas de su profesión, los periodistas no van más allá de proclamar códigos deontológicos, esto es, declaraciones de intenciones, pero sin el establecimiento de normas o pautas eficaces. “Cualquier otro intento que vaya un poco más allá de este mecanismo de autorregulación es entendido como una intromisión en la libertad de expresión (...) Informar es una práctica que puede y debe tener sus reglas objetivadas y reguladas como cualquier otra profesión; y esta regulación no puede quedar limitada al mero voluntarismo o simple enunciado de unos principios éticos”¹², lamentan.

En esta línea de argumentación, constatan que, de las acciones incorrectas de los redactores, rara vez suele derivarse responsabilidad penal alguna. Sus mecanismos reguladores forman parte del mismo grupo profesional, ya que no son otros que el mercado y los reiterados ‘códigos éticos’ y ‘cláusulas de conciencia’. Ni siquiera existe un código propiamente profesional, esto es, normativo y sancionador. Las profesiones clásicas, insisten, han desarrollado códigos éticos que definen los deberes y responsabilidades de sus miembros en el ejercicio de su actividad. En el Periodismo el acuerdo sobre este asunto ha sido hasta el momento complicado y está aún muy lejos de conseguirse. “En España todavía no existe un código deontológico común a toda la profesión y menos aún un organismo que vele por su cumplimiento. (...) En el periodismo son difícilmente reconocibles las consecuencias de los comportamientos de los informadores. Para Schumpeter, “los periodistas poseen “el poder de la palabra escrita y hablada” y no tienen ninguna “responsabilidad directa sobre cosas prácticas. En otras palabras, ellos no tienen ninguna competencia”¹³.

Estos autores utilizan varias encuestas realizadas a periodistas para comprobar su opinión ante este peculiar estado de cosas. Sorprendentemente, a favor de limitar la libertad de expresión está un 45,4% de los periodistas en el sondeo realizado en 1995 sobre Periodismo y Sociedad española por el propio Ortega y su equipo entre 401 periodistas de Madrid. Este grupo de partidarios de ciertas restricciones, sin embargo, opta por no contestar cuando se les pide establecer, de manera concreta, tales límites. Pero de nuevo, al ser preguntados en términos abstractos, el 77,3% manifiesta estar poco o nada de acuerdo con que “todos los medios son lícitos” en el ejercicio de este derecho. Estos datos coinciden con los de la encuesta encargada por la Asociación de la Prensa en 1990, en la que casi el cien por cien de los periodistas declaraba que se debían respetar las normas deontológicas para evitar el

¹² ORTEGA, Félix y HUMANES, María Luisa. *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Ariel Sociología. Barcelona, 2000. P. 57.

¹³ ORTEGA, Félix y HUMANES, María Luisa. *Op. Cit.* P. 166.

sensacionalismo y el 79% situaba los límites a la libertad de expresión en las leyes penales.

Estos resultados constatan la vigencia de dos criterios en la profesión: uno de carácter abstracto, consistente en identificarse con principios que encarnan lo que se podría denominar lo políticamente correcto o ideología profesional dominante, basada en reconocer que la libertad de expresión no es un derecho absoluto e incondicionado. Mas, de otra parte, lo que se dibuja es que, enfrentados ante la práctica profesional de este derecho, los periodistas no se muestran muy inclinados a establecer límites de ningún tipo. Que es, según critican Ortega y Humanes, “en definitiva, lo que suelen hacer”. “La conclusión que podemos anticipar es que los periodistas españoles otorgan mayor importancia a la publicación de noticias que a las consecuencias que esta información pueda tener, ya sea en el ámbito privado o en el público”¹⁴.

El italiano Corso Bovio¹⁵ considera que un código deontológico sólo puede ser válido si se aplica con buen sentido y medida, algo que califica como “difícil” en una profesión dividida y plural como es la periodística. Por ello, afirma, no sin pesimismo, que la deontología del periodista es “una deontología imposible”. “Vigilar la libertad del periodista con el respeto a las reglas, la tutela de otros derechos, el orden constituido... es una empresa imposible”. Luca Boneschi¹⁶ asume esta incapacidad que, según él mismo argumenta, tiene su reflejo en el valor limitado de los códigos deontológicos, lastrados por sus dos principales problemas. En primer lugar, no son ley y su adhesión es voluntaria. En segundo término, su incumplimiento no conlleva sanción alguna.

En una línea más escéptica, Ana Arzumendi cree que hay que recuperar el yo de las actividades de comunicación. La condición laboral en el caso del profesional, o, ya en el terreno de la empresa, la pertenencia al Consejo de Administración o al Consejo Editorial no es una frontera blindada detrás de la cual no hay decisiones ni responsabilidades atribuibles a alguien. “A ese mundo voluntariamente opaco de individualidades le corresponde también una ética poco clara, que es la de los códigos deontológicos póster –hay infinidad de libros y páginas web publicándolos–, códigos del “quiero y no puedo”, inservibles porque no se cree en ellos”¹⁷, denuncia.

¹⁴ ORTEGA, Félix y HUMANES, María Luisa. *Op. Cit.* P. 167.

¹⁵ BOVIO, Corso, en BONESCHI, Luca. *La deontologia del giornalista (Diritti e doveri della professione)*. EGEA. Milano, 1997.

¹⁶ BONESCHI, Luca. *Op. Cit.*

¹⁷ ARZUMENDI, Ana. *De la ética desprotegida*, en CODINA, Mónica (editora). *Op. Cit.* P. 216.

Actas – II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – Universidad de La Laguna, diciembre de 2010

Carlos Soria¹⁸ advierte de que en la ética de la información “sobran palabras y faltan acciones”. Por ello, afirma que “más que afanarse en redactar nuevos Códigos Éticos (ya hay muchos y muy buenos), parece preferible articular en cada empresa informativa una política que fomente la praxis ética unitaria y total”, puesto que “la ética no es sólo para la redacción”.

Ante este panorama, la autorregulación es el remedio que suscita más consenso. Esta es la vía que defiende el catedrático de la Universidad Complutense Francisco Vázquez Fernández. A su juicio, la profusión de normas legales ha perdido credibilidad y eficacia (en temas humanos, profesionales y sociales) y se reclama con urgencia “normas profesionales” de autorregulación deontológica y unos claros “principios de ética informativa” que amparen a los informadores como un digno autocontrol personal. “Porque la auténtica dignidad profesional de los informadores debe pasar por la autoimposición de un clarividente “código de conducta”, indicativo de sus básicos deberes de actuación e iluminador de una libertad de expresión responsable y comprometida”¹⁹, defiende.

Según su tesis, el informador sólo puede realizar su diario quehacer, asistido por una buena dosis de imparcialidad, a condición de que se comprometa con una responsabilidad profesional y con una exigida responsabilidad social. En su caso, el informador está obligado a complementar siempre su autonomía y sus responsabilidades. “Sus deberes son, siempre, superiores a sus derechos”, asegura.

Sin embargo, la diferente responsabilidad del informador obliga a los poderes públicos al reconocimiento de que la información es un primario bien social, sólo regulable por normas de autocontrol profesional, y refractaria a cualquier tipo de control externo, derivado de leyes especiales y condicionantes políticos. De ahí la insistencia en la autorregulación, que, a juicio de este autor, obedece a dos principios básicos: la creación de normas internas de conducta y el derecho preferente de los ciudadanos a disponer de una auténtica libertad de información y de opinión. Y advierte: “El informador está tentado –en nuestro modelo de sociedad– a sentirse sometido al vicio de la “autocensura” y por un irresponsable “arbitrarismo informativo” de la no verificación de los hechos, acontecimientos o sucesos en torno a personas, instituciones, privacidad personal y actitudes políticas de personajes públicos. (...) Informar y

¹⁸ SORIA Saiz, Carlos. *Manual para desactivar minas antiéticas*, en VVAA. *Libro blanco de la prensa diaria*. Asociación de editores de diarios españoles. Madrid, 2002. P. 401.

¹⁹ VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, Francisco. *Capítulo VII. Casos éticos, deontológicos y jurídicos*. En *EL-MIR*, Amado José y VALBUENA DE LA FUENTE, Felicísimo (compiladores). *Manual de Periodismo*. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Editorial Prensa Ibérica. Barcelona, 1995. P. 175.

opinar nunca deben ir más allá del límite impuesto por la dignidad de las personas –no existe un derecho al insulto, a la injuria, a la difamación y a la calumnia, incluidos los diferentes tipos de maledicencia–. Tampoco puede traspasar el carácter sagrado de los hechos y el noble valor de los contenidos de “interés general”, acudiendo a sistemas sensacionalistas, a temas morbosos y a la malsana “curiosidad pública”²⁰.

La autorregulación no supone en ningún caso una panacea. En primer lugar, es un fenómeno relativamente nuevo todavía, por lo tanto, desconocido (en ocasiones para los mismos profesionales y sobre todo para el público), frente al que se reacciona con cierto escepticismo. Por una parte, es frecuente que los informadores teman que se limiten sus privilegios y que se trate de una forma encubierta más de control estatal, o que el Estado, aunque no sea quien promueva estos organismos, los manipule o emplee a su favor. Además, la falta de autocrítica que acompaña a la profesión informativa se traduce en un rechazo a todo intento de evaluación, no sólo por personas externas a la profesión sino incluso cuando se lleva a cabo por ellas mismas, lo que no deja de ser una contradicción en un sector que acostumbra a evaluar de manera pública las actuaciones de los demás²¹.

“Muchas cosas que los periodistas hacemos, y que no son éticas, y que nos avergüenzan, no violan ninguna ley positiva”, admite Carlos Soria²². Por ello, asume, un código general de ética tiene, sobre todo, un valor testimonial, programático, orientativo, y hasta un valor... estético. Es como una tabla de expectativas mínimas. Sin embargo, reconoce, en demasiadas ocasiones redactar y aprobar un código general de ética profesional es como colgar una preciosa declaración en la pared, afirmar con el gesto que uno aspira a ser ético en su actuación, y luego... darle la espalda. La explicación la da Luis Fernando Ramos cuando afirma en *La profesión periodística en España. Estatuto jurídico y deontología profesional* que por estar escasamente integrados, por carecer de un colegio profesional en el que sea obligatoria la colegiación, sin instrumentos coactivos (ya fueran meramente simbólicos) para imponer un código deontológico, los miembros de la profesión periodística no tienen más referencias éticas que la conciencia personal de cada profesional y, “eso sí, el Código Penal en los casos más extremos”²³.

²⁰ VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, Francisco. *Op. Cit.* P. 182.

²¹ LÓPEZ MAÑERO, Cristina. *Los mecanismos de autorregulación en los medios españoles*, en AZNAR, Hugo y VILLANUEVA, Ernesto (coordinadores). *Deontología y autorregulación informativa*. Universidad Iberoamericana. México, 2000. P. 174.

²² SORIA, Carlos. *El laberinto informativo. Una salida ética*. Eunsa. Pamplona, 1997. P. 40.

²³ RAMOS FERNÁNDEZ, Luis Fernando. *La profesión periodística en España. Estatuto jurídico y deontología profesional*. Diputación de Pontevedra. Pontevedra. 1997. P. 367.

4. Ética y cobertura de los sucesos

La sangre y el dolor son dos características clave en la cobertura de los sucesos de impacto. En ellas radica buena parte del atractivo o del interés que puede suscitar en el potencial lector y, por supuesto, en el periodista y en el diario para el que trabaja. Las dos se sitúan en un plano en el que, por un lado, se incrementa la indefensión de víctimas y familiares, hasta entonces anónimos en su gran mayoría, y, por otro, se agudiza la necesidad de intimidad, lo que acentúa el ya de por sí delicado equilibrio entre la privacidad y el derecho a informar y a ser informado. Raúl Sohr²⁴ no oculta que la intimidad constituye uno de los dilemas éticos más severos del Periodismo, puesto que da origen a una confrontación entre dos derechos: el del público a saber –que se manifiesta en el interés periodístico– y el de las personas a no ventilar sus sentimientos o a mostrar su persona física en situaciones comprometedoras o trágicas.

Los periodistas e investigadores estadounidenses William Coté y Roger Simpson²⁵ alertan sobre el hecho de que si la verdad es la primera víctima de la guerra, la intimidad es, de manera habitual, la primera víctima de cualquier devastador e inesperado suceso. “No sorprende que la gente denuncie coberturas excesivas, llamativas e insensibles en las informaciones. Joann Byrd nos dijo que en los tres años que ocupó el puesto de ombudsman en el Washington Post recibió cerca de 2.000 llamadas de personas disgustadas por la cobertura de traumas. Es irónico que en el fin de milenio los índices de criminalidad hayan descendido en todo el país mientras los medios proyectan una imagen de escalada del crimen y la violencia”, aseguran.

Salvador Alsius²⁶ apunta que el de la privacidad es el derecho más afectado y “presuntamente más vulnerado” de la cobertura de noticias en la que personas se hallan sumidas en situaciones dolorosas. Aunque se trata de hechos noticiables y sobre los que el público tiene unas expectativas lógicas de conocer detalles, dichas expectativas y la tendencia de las empresas informativas a complacerlas generan en ocasiones un exceso de celo por parte de los periodistas, que se esfuerzan en llegar tan lejos como pueden en la obtención de información. Por otra parte, estos periodistas, quizá porque el ejercicio de su profesión les coloca a menudo delante de tragedias, suelen estar “inmunizados” ante el dolor ajeno. Todo ello, lamenta, genera unas

²⁴ SOHR, Raúl. *Historia y poder de la prensa*. Editorial Andrés Bello. Barcelona, 1998. P. 221.

²⁵ COTÉ, William y SIMPSON, Roger. *Covering Violence. A guide to ethical reporting about victims and trauma*. Columbia University Press. New York, 2000. Pp. 2-3.

²⁶ ALSIUS, Salvador. *Accidente: atrapados entre el derecho a la información y a la intimidad*. Quaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. n° 9. Barcelona, 2001. P. 4.

condiciones propicias para la transgresión de unos límites éticos, sobre todo cuando se pretende que los familiares y otras personas cercanas a las víctimas se conviertan en fuentes de información. Y eso que, tal y como advierte Luka Brajnovic²⁷, la violación del derecho a la intimidad por parte de los medios de comunicación social o por un periodista va muy ligado al sensacionalismo exagerado y éticamente ilícito.

Alsius²⁸ señala que los dilemas éticos de los periodistas de sucesos se producen en tres áreas: la obtención de información; la decisión sobre los elementos con los que va a contar la información y la identificación de las víctimas. En el primero de ellos, alerta de forma especial sobre el riesgo de invadir la intimidad de la víctima y su entorno en pos del derecho a la información. A su juicio, debe mantenerse un equilibrio que él mismo define como complicado. Informa de que algunos códigos deontológicos ofrecen dos criterios para tratar de hallar el punto medio: el lugar público o no del suceso y la actitud de las personas que han intervenido en el mismo.

Respecto al lugar, aboga por la creación de espacios de seguridad para los afectados. Sobre la actitud, señala que, por regla general, las personas que viven sucesos así no desean ser abordados por la prensa, pero tampoco pueden impedirlo. Por eso, afirma, los reporteros deben abstenerse de cualquier intento intrusivo cuando tengan la más mínima certeza de que están abusando de esa debilidad. En cuanto al contenido del mensaje difundido, el editor, a juicio de Alsius, debe preguntarse si todo lo que parece horroroso debe elevarse a la categoría de noticia y si la forma de explicarlo debe ser tan explícita como suele ser habitual en los medios. De cualquier modo, Alsius defiende que los periodistas actúan con mayor diligencia y cuidado de la que se les suele atribuir, aunque admite que se producen transgresiones y que se debe realizar una mayor autocrítica.

Más crítica, Victoria Camps²⁹ asegura que la libertad es inseparable de la responsabilidad y que los derechos no son sostenibles sin sus correspondientes deberes. Cuando el interés de una información se confunde con la imagen truculenta, morbosa, espectacular o lacrimógena, lo que se está demostrando es que las intenciones y los objetivos de las informaciones se basan en criterios muy pobres. La autora indica que en la confrontación entre derecho a la información y derecho a la intimidad se da preferencia al primero.

²⁷ BRAJNOVIC, Luka. *Deontología Periodística*. Eunsa. 2ª edición. Pamplona, 1978. P. 150.

²⁸ ALSIUS, Salvador. *Op. Cit.* Pp. 5-7.

²⁹ CAMPS, Victoria. *El qué y el cómo de la información de calidad*. *Quaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya*. nº 9. Barcelona, 2001. Pp. 15-16.

Y una de las principales razones radica en la lucha por vender más, la competencia. “La mirada morbosa vende más que la mirada prudente”, constata.

El debate y la polémica sobre el tratamiento informativo de las tragedias personales se plasman en dos posturas extremas que describe Josep Maria Terricabras³⁰. O bien se está a favor de restringir al máximo la información con el argumento de que se trata precisamente de tragedias *personales*, que no interesan al público, o bien por el contrario se defiende que de hecho el público siempre tiene interés en estar informado y, además, derecho a estarlo, es decir, cuanta más información, mejor, porque la información no debe restringirse nunca, ni siquiera en los casos personales de *tragedia*.

La posición que defiende Terricabras no está a favor de ninguno de esos dos extremos. No es partidario de restringir la información sólo en función de la distinción entre *público* y *privado*, porque ésa no es una diferenciación lo bastante clara y, por tanto, si no se elabora un poco más no puede servir de criterio para saber cómo hay que actuar desde un punto de vista informativo ante las tragedias personales. Sin embargo, tampoco se decanta por informar siempre y sin restricciones sobre esas tragedias, porque no comparte la opinión de quienes dicen que la información siempre interesa y, menos aún, que siempre es un derecho.

No resulta sencillo, en cualquier caso, afrontar las dudas y los escollos éticos que genera este tipo de informaciones, como se apunta en el prólogo de *Información y dolor, una perspectiva ética*: “La delicadeza del trabajo acerca de algunas realidades, complejas en sí mismas y en tanto en cuanto están vinculadas de modo inmediato al ser humano, consiste en que la aplicación de los principios generales éticos y jurídicos adecuados a las mismas no proporcionan una solución única en cuanto a la averiguación del objeto a informar, a su puesta en forma y a su difundibilidad. (...) Uno de los ejemplos, por demás complicado, es el que se refiere a esa realidad patente, tremenda y difícilmente conceptuable cual es el dolor”³¹.

La autora de esta obra, Cristina López Mañero, indica que el objeto del derecho a la información, esto es, el mensaje, a diferencia del sujeto, el medio y el ámbito geográfico, no es universal, sino general, lo que quiere decir que no todo lo técnicamente difundible lo es éticamente. Es lo que denomina con el

³⁰ TERRICABRAS, Josep Maria. *¿En qué sentido es un derecho la información? Quaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. n° 9. Barcelona, 2001. P. 19.*

³¹ LÓPEZ MAÑERO, Cristina. *Información y dolor, una perspectiva ética. Eunsa. Pamplona, 1998. P. 15.*

Actas – II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – Universidad de La Laguna, diciembre de 2010

nombre de principio de generalidad, que a su vez implica, pero no opone, los principios de individualidad, de especialidad y excepcionalidad. En cuanto a las noticias en las que el dolor está presente, López Mañero constata que al ser humano, por lo general, le interesan las informaciones de dolor y de sufrimiento ajenos³².

Le interesa porque, por una parte, todo dolor y sufrimiento concretos remiten al dolor universal, y todo hombre es consciente de que el dolor le va a afectar en su vida (y lo más probable es que le haya afectado ya alguna vez). Y, por otra, porque el ser humano se siente preocupado e interesado por lo que afecta a los seres finitos como él, en especial si supone una amenaza a la consecución de su felicidad.

En cualquier caso, López Mañero aclara que aunque un asunto que implique dolor tenga interés informativo, no quiere decir que también lo tengan el dolor y/o el sufrimiento concretos que generen en los sujetos dolientes. Con otras palabras, no por el hecho de que una noticia relacionada de un modo u otro con el dolor tenga interés informativo se debe mostrar por sistema la imagen del doliente o reproducir sus palabras, lágrimas o sus sollozos. Y cita a George Padgett, autor que se ha esforzado en marcar esta distinción. Dice, por ejemplo, refiriéndose a la matanza de 241 marines norteamericanos en Beirut: “Mientras que la masacre de Beirut era una noticia de significación nacional e internacional como lo eran los soldados americanos que perdieron sus vidas, los funerales y las lágrimas de los familiares no lo eran”.

No obstante, no cierra la puerta a la necesidad de una información con presencia del dolor. “Habrá casos en los que se deba informar y mostrar directamente al doliente. Otra cosa será el tratamiento que se le dé, la forma y el fondo que reciba el mensaje, y el planteamiento de la mejor manera de mostrarlo sin causar daño ni intromisiones innecesarias”³³.

A lo que se apunta, por tanto, no es a eliminar de forma sistemática todo posible mensaje de dolor o de sufrimiento concretos por el hecho de que sean vivencias personales en lugar de difundirlo de forma casi automática. Lo que se propone es que el informador reflexione previa y responsablemente en cada información determinada sobre la verdadera necesidad de hacerlo, teniendo en cuenta el grado de interés informativo que tenga ese asunto y el respeto a las personas que están padeciendo dolor, tanto a los protagonistas de la noticia y a quienes les rodean como a los receptores en general. Dicho esto, la autora

³² LÓPEZ MAÑERO, Cristina. *Op. Cit.* P. 37.

³³ LÓPEZ MAÑERO, Cristina. *Op. Cit.* P. 39.

admite que desde la teoría sólo se pueden establecer pautas mínimas y que la responsabilidad principal de la publicación o no del dolor y/o sufrimiento ajeno recae en el informador, en su conciencia y profesionalidad.

Así, hay ocasiones en que los informadores seleccionan situaciones de sufrimiento y de dolor no por el interés informativo que tales noticias tienen para el público al que se dirigen, sino porque son imágenes de gran carga emocional que gozan de poder para atraer la atención de los receptores; o por su calidad artística, o porque es rentable hacerlo para la organización difusora o para otros sujetos externos a la relación informativa; o porque lo ha hecho la competencia –o se difunde para anticiparse a ella–, sin pararse a pensar si el mensaje tiene interés informativo o no; para ganarse el respeto de los colegas de la profesión; o para conseguir algún premio; o porque saben que mostrar desgracias ajenas atrae espectadores.

La investigadora subraya dos justificaciones frecuentes utilizadas por los medios para defender su uso de informaciones sobre dolor y sufrimiento. La primera resalta el valor informativo de estos hechos. Argumenta que el dolor y el sufrimiento forman parte de la noticia al igual que otros elementos y que su omisión afectaría al derecho del público a recibir una información completa. El segundo incide en el efecto de prevención y solidaridad que genera en los receptores.

Respecto al primer razonamiento, López Mañero afirma: “Si un asunto tiene interés informativo y pertenece al ámbito público, el deber del periodista es darlo a conocer, si bien ha de extremar las precauciones para que no perjudique de forma injustificada a nadie. Pero no tendrá derecho ni deber alguno a difundir aquellos aspectos que, por pertenecer a la intimidad o a la propia imagen del doliente, no deban ser hechos públicos”³⁴. En este caso, utiliza como ejemplo de lo que no se debe hacer la filmación de la agonía del torero Paquirri, cuya cogida, en cambio, sí tenía interés informativo.

En cuanto al segundo argumento, López Mañero advierte de que puede transformarse en un mero criterio utilitarista si se trata a los dolientes sólo como medios para conseguir aquellos fines, si lo único que tienen en cuenta los informadores son sus fines propios, pero no tienen en cuenta ni respetan también los de los demás.

³⁴ LÓPEZ MAÑERO, Cristina. *Op. Cit.* P. 43.

Estos problemas y dudas se acentúan cuando los protagonistas de hechos luctuosos o criminales son menores. Así lo recalca María Pilar Diezhandino: “Cuando el derecho a informar entra en conflicto con el derecho a la intimidad, más aún, a la intimidad de los menores, como han puesto de manifiesto en España los últimos acontecimientos con niños como víctimas –desapariciones, asesinatos, violaciones–, en el periodista recae una responsabilidad difícil de compartir. ¿Cuándo prevalece el derecho a la información sobre el derecho a la propia imagen tratándose de menores? ¿Qué clase de razón es aquella que se sustenta en que el caso es “público”, o en el supuesto interés público, cuando son los medios quienes han convertido en “público” un hecho privado? Muy a menudo se usan de forma indistinta *interés público* e *interés del público*, más en la medida en que se justifica como información el morbo y el espectáculo. Razones de mercado con el ropaje argumental de los más impecables principios informativos³⁵”, denuncia.

Según afirma, el interés público “emana de la condición política de la persona en cuanto que forma parte de una comunidad en que los intereses individuales han de adaptarse, en una u otra medida, a un interés común”, e interés del público viene referido a “acontecimientos que conmueven a la mayoría de las personas por motivos principalmente psicológicos”. Y da la palabra a Núñez Ladéveze. “En todo caso nuestra psicología se inquieta, estremece, conmueve o alegra al conocer cierto tipo de sucesos, dramáticos, peculiares, sociales o sorprendentes (...) muy especialmente, las catástrofes son sucesos cuya condición informativa se basa en que la reacción psicológica de las personas y la curiosidad por determinados acontecimientos es bastante uniforme”³⁶. Destaca Diezhandino que estos dos criterios “permiten distinguir dos especies muy diferentes de periodismo”: “periodismo de calidad” y “periodismo de sensación”, cuyo grado más exagerado es el periodismo “sensacionalista” o escandaloso.

Cuando se habla de interés humano, en general sólo se hace hincapié en el lado lacrimógeno (más que sensible, a menudo sensiblero) de historias con personaje. Se olvida entonces que una cosa es que el interés humano se refiera a historias que afecten al mundo de los sentimientos, de las sensaciones, y otra que termine convirtiéndose en el regusto periodístico por los aspectos vulnerables al sentimiento de la condolencia más diletante, lo que Diezhandino engloba en la sospechosa categoría de temas que buscan un beneficio a corto plazo, la venta inmediata del producto, más que responder a

³⁵ DIEZHANDINO, María Pilar. *El quehacer informativo. El “arte de escribir” un texto periodístico. Servicio Editorial de la UPV. Bilbao, 1994. P. 36.*

³⁶ DIEZHANDINO, María Pilar. *Op. Cit. P. 58.*

los requerimientos reales de la audiencia, sus preocupaciones reales, el interés humano, en último término. Por ello, confirma que la actualidad está regida por lo sensacional, que prima el ruido y la sangre: “Déjeme ver su pinta de sangre y le concederé el derecho a la palabra...”³⁷.

La intimidación y los menores, en este caso, en el papel de autores de delitos, conforman uno de los interrogantes que plantea Carlos Soria³⁸, uno de los especialistas en ética periodística en España, relacionados con la confrontación del derecho a la información y el derecho a la intimidad. Uno de ellos es la identidad de menores envueltos en delitos. Señala que “no existe una justificación ética para identificar informativamente a los menores”. “Por el contrario, abundan las razones éticas para no hacerlo”, añade. Un segundo elemento de discusión es la identidad de detenidos, interrogados y procesados. Según Soria, “el ingreso en prisión o la libertad provisional ordenada por el juez competente marcan el momento de la identificación informativa”. Se va extendiendo también, poco a poco, el criterio de no identificar tampoco a las víctimas de los delitos, de modo especial en el caso de víctimas de delitos sexuales.

La no identificación responde, en estos casos, al criterio de no aumentar – por la publicación– los efectos sociales o morales del delito sufrido, ni interferir en la intimidad o vida privada de las víctimas. También reflexiona acerca de la información sobre la muerte y sus causas. En este caso, defiende que “al dar noticia de la muerte de personas sin trascendencia en la vida pública, no existe ninguna razón para dar cuenta de la causa o circunstancias de su muerte”. “Estos datos forman parte estricta de su vida privada”, justifica.

Pese a todo ello y a las disquisiciones que genera este polémico principio, la indefinición sobre la práctica se plasma en criterios ambiguos y subjetivos que, en la mayoría de los casos, se dejan en manos del periodista. Por ejemplo, María del Mar López Talavera³⁹ se pregunta si la información sobre dolor y sufrimiento resulta de interés público. Y su respuesta es que debe ser siempre el informador, de acuerdo con lo que dicte su conciencia y sus conocimientos profesionales, el que deba decidir en cada caso si ese dolor y sufrimiento concretos son sólo un asunto íntimo o si afectan de alguna manera a la comunidad, es decir, al interés general. Añade que si la decisión es la de publicar la información, siempre deberá tener en cuenta que debe coordinar el

³⁷ DIEZHANDINO, María Pilar. *Op. Cit.* P. 73.

³⁸ SORIA, Carlos. *El laberinto informativo. Una salida ética.* Eunsa. Pamplona, 1997. Pp. 231 y ss.

³⁹ LÓPEZ TALAVERA, María del Mar. *La información sobre el dolor humano. Del morbo al respeto, en AGEJAS, José Ángel y SERRANO OCEJA, Francisco José (coords.). Ética de la información y de la comunicación.* Ariel. Barcelona, 2002. P. 180.

derecho del público a conocer esos hechos con los derechos humanos fundamentales de las personas dolientes.

Francisco Vázquez Fernández⁴⁰ defiende que intimidad e información libre son dos valores éticos que exigen ser medidos por el baremo de la dignidad personal y de un tratamiento responsable. El derecho a la información y la intimidad de la persona se fundamentan en un mismo principio de integridad moral. Desde su punto de vista, la “dignidad” debe servir de baremo y de límite a la vez para evitar convertir los “fines” en “medios”; porque el bien social de la información no puede ser “instrumentalizado” para ocultar hechos o presentarlos con “sensacionalismo” en contra de la veracidad informativa. En cualquier caso, denuncia que nunca lo íntimo –del recinto sagrado de las personas– y lo privado –ese territorio de lo familiar, de la imagen y honor– han sido tan degradados y distorsionados en sus contenidos y derechos como en los últimos años.

Y eso pese a que el honor y la intimidad de las personas son derechos fundamentales, reconocidos en el artículo 18 de la Constitución española y a que, en general, su respeto por los particulares (también por los periodistas, por tanto) se encuentra articulado como deber jurídico en los órdenes civil y penal⁴¹. En el caso concreto del tratamiento informativo del dolor y el sufrimiento, el código de la FAPE, el texto deontológico más relevante de los creados hasta el momento en España, hace referencia en el apartado b del cuarto principio general del texto a que “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”. En el apartado c matiza que “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”⁴².

También en este código tienen cabida las advertencias sobre el respeto al derecho a la intimidad de quienes rodean de una u otra forma a los actores de un delito. En concreto, se señala en su punto quinto que “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

⁴⁰ VÁZQUEZ FERNÁNDEZ, Francisco. Capítulo VII. Casos éticos, deontológicos y jurídicos. Dentro de *EL-MIR*, Amado José y VALBUENA DE LA FUENTE, Felicísimo (compiladores). *Manual de Periodismo*. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria. Editorial Prensa Ibérica. Barcelona, 1995. Pp. 188 a 193.

⁴¹ ESCOLAR ROCA, Guillermo. *Estatuto de los periodistas*. Editorial Tecnos. Madrid, 2002. P. 232.

⁴² RAMOS FERNÁNDEZ, Luis Fernando. *La profesión periodística en España. Estatuto jurídico y deontología profesional*. Diputación de Pontevedra. Pontevedra. 1997. Pp. 465 y ss.

para que la información sea completa y equitativa” y que “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”. En el sexto apunta que “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”.

Uno de los derechos más zarandeados, cuando no olvidados, en el tratamiento informativo de los delitos es el de la presunción de inocencia de toda persona. Lamenta Francesc Barata que la utilización que la prensa hace de la actuación policial y del proceso judicial ha introducido una nueva patología que parece desbordar la actuación de la justicia: la punición anticipada, una sanción que en ocasiones es más gravosa que la misma pena. Barata cita al jurista italiano Luigi Ferrajoli para denunciar que ha reaparecido la antigua función infame del derecho penal premoderno, cuando la pena era pública y el proceso secreto. Sólo que la picota ha sido sustituida por la exhibición pública del acusado en las primeras páginas de los periódicos o en el televisor; y no como consecuencia de la condena, sino de la acusación, cuando todavía es un presunto inocente. “La prensa ha trastocado el sentido ilustrado de la publicidad del proceso”⁴³, critica.

En los códigos deontológicos de distintos países la defensa de la presunción de inocencia es una constante. Sin embargo, en pocos se entra con más detalle en su protección. Sí lo hacen los documentos deontológicos de países escandinavos, en los que se señala, por ejemplo, lo siguiente: “En las noticias que se refieren a ofensas criminales, el nombre del sospechoso, del encarcelado o convicto no debe ser mencionado a no ser que lo requiera el interés público. La publicación del nombre de una persona supone, a menudo, una pena mayor que si su nombre no hubiera sido mencionado, causando, además, perjuicios innecesarios (Finlandia)”⁴⁴.

En este caso, en algunos países, la protección de la presunción de inocencia en el periodismo ha traspasado la barrera más etérea de los códigos éticos para entrar en el campo de la ley. Carlos Soria⁴⁵ cita la ley sobre la presunción de inocencia aprobada en Francia en 1993, en la que se recoge

⁴³ BARATA, Francesc. (2001), “El tratamiento mediático de la violencia criminal”, Conferencia presentada al Seminario Desafíos y retos de la información judicial, Bogotá. Incluida dentro de Niñez, delito y medios de comunicación. Fundación Antonio Restrepo Blanco. Bogotá, 2001. P. 116.

⁴⁴ BLÁZQUEZ, Niceto. Información sobre violencia y terrorismo, en AGEJAS, José Ángel y SERRANO OCEJA, Francisco José (coords.). Ética de la información y de la comunicación. Ariel. Barcelona, 2002. Pp. 197 a 200.

⁴⁵ SORIA, Carlos. El laberinto informativo. Una salida ética. Eunsa. Pamplona, 1997. P. 178

que si los medios informativos violan la presunción de inocencia presentando como culpables –a través de acusaciones o insinuaciones– a personas que se encuentran en determinadas situaciones procesales, los afectados pueden solicitar al juez que obligue al medio informativo a publicar un comunicado judicial aclarando que se ha violado el principio de presunción de inocencia.

5. Recomendaciones para solventar las dificultades éticas

En España apenas se dispone de textos que aborden, no los problemas éticos, sino las recomendaciones para tratar de solventarlos. La mayoría de las contribuciones se hallan dispersas, inconexas y aisladas. Una de las más relevantes es la que se publicó en 2001 bajo el título *Recomendaciones del Consell de l'Audiovisual de Catalunya sobre el tratamiento informativo de las tragedias personales*⁴⁶. El Consell, un organismo público creado por la Generalitat de Catalunya para regular los servicios de comunicación audiovisual, desarrolló este trabajo empujado por la polémica generada ante la cobertura de uno de los sucesos analizados en la presente investigación, el del accidente de un autobús, ocurrido en la localidad soriana de Golmayo en julio de 2000, que ocasionó la muerte a más de 20 alumnos catalanes.

Las recomendaciones que establece el Consell sobre el tratamiento de tragedias personales las divide en tres áreas en función de a quién van dirigidas. Las primeras se refieren a las autoridades, a las que se pide, entre otras cosas, que recojan entre sus prioridades de intervención en emergencias la previsión de las peticiones que requiere el cumplimiento de la tarea periodística; que eviten la sobreactuación y la tentación de protagonismo mientras estén presentes en el lugar de los accidentes o sucesos trágicos; y, por último, que informen, junto con los medios de comunicación, a toda la población de que en cualquier circunstancia, y especialmente en situación dolosa, las personas tienen el derecho de rechazar las solicitudes que formulen los medios y ampararse en su derecho a la intimidad y privacidad.

El segundo grupo de recomendaciones atañe a las empresas audiovisuales. Algunas de ellas, que pueden hacerse extensivas al resto de empresas periodísticas, ya abordan la cuestión del comportamiento y la preparación del periodista. Es el caso de la necesidad de una formación específica para los profesionales que cubren estas noticias, así como una adecuada atención y apoyo a personas que pueden verse afectadas por los

⁴⁶ CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. *Recomendaciones del Consell de l'Audiovisual de Catalunya sobre el tratamiento informativo de las tragedias personales. Quaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya n° 9.* Barcelona, 2001.

Actas – II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – Universidad de La Laguna, diciembre de 2010

sucesos que narran. También tiene carácter general la divulgación entre sus profesionales de los derechos de las víctimas, el dominio del sentido de la medida y la proporción en la cobertura informativa, el desecho de la información rutinaria y el uso de expertos según la naturaleza del acontecimiento.

El tercer grupo de recomendaciones se centra de pleno en la labor de los profesionales de la información audiovisual, pero, al igual que en el caso anterior, muchas de ellas se pueden hacer extensivas al resto de profesionales del periodismo. Así ocurre con el derecho a la privacidad de las víctimas; la no utilización de menores; el rechazo al alarmismo y a la espectacularización de las informaciones; la necesidad de que las imágenes no vulneren la privacidad de las víctimas y el descarte de primeros planos o planos cortos de los heridos o de quienes se hallan en estado de shock o en situación de sufrimiento. También se exige precaución en el uso de imágenes de archivo; la huida de cualquier especulación o conjetura sobre los sucesos trágicos, sus causas o sus consecuencias para evitar temores innecesarios; la comprobación de que los familiares están al tanto del estado de sus seres queridos antes de su difusión; la obligación de no prejuzgar ni incurrir en atribuciones de culpabilidad ni elaborar proyecciones de sospecha sobre personas (conductores, maquinistas, pilotos, etc.); la conveniencia de evitar adjetivos, frases hechas y lugares comunes que dramaticen y espectacularicen de manera innecesaria el relato de un suceso y puedan atemorizar a víctimas, familiares o afectados potenciales.

Tras estas aportaciones específicas, el Consell enumera también cinco recomendaciones finales dirigidas a la consideración general. La primera, que apunta sobre todo a los medios audiovisuales, recalca la importancia de ofrecer información de urgencia que pueda salvar vidas o disminuir el riesgo de la población en peligro. La segunda aborda el tratamiento a los afectados de forma directa o indirecta por una tragedia. Se pide que se les trate “no sólo como personas dignas de mayor respeto sino necesitadas de una atención y un trato especialmente prudente y escrupuloso en cuanto a los procedimientos”.

La tercera se refiere a la publicidad de los nombres de personas involucradas en tragedias, su situación personal, su domicilio o la población de procedencia. “Esa clase de información no siempre es relevante para la audiencia y, en ocasiones, puede incrementar el sufrimiento. Eso deberían tenerlo en cuenta tanto las autoridades como las empresas y los profesionales”, advierte. La cuarta recalca que “hay que evitar en lo posible, y como norma general, recurrir a imágenes de víctimas mortales, de féretros o personas

heridas”. “A menudo este tipo de imágenes es usado como simple ilustración y de forma reiterativa”, justifica.

También pide que no se difundan las imágenes de funerales y de celebraciones similares sin contar con el consentimiento explícito de los familiares. “Que un acto de estas características se realice en un lugar público no exime de proteger la intimidad de las personas afectadas”, argumenta.

Por último, el Consell apuesta por la utilidad, después de producirse sucesos trágicos, de la “celebración de sesiones de trabajo entre las autoridades implicadas, los colectivos y las asociaciones profesionales y los medios de comunicación, para evaluar el trabajo realizado, extraer conclusiones de ello, establecer modelos de actuación y mejorar los procedimientos”.

6. BIBLIOGRAFÍA

AGEJAS, José Ángel y SERRANO OCEJA, Francisco José (coords.). *Ética de la información y de la comunicación*. Ariel. Barcelona, 2002.

ALSIUS, Salvador. *Accidente: atrapados entre el derecho a la información y a la intimidad*. Quaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. nº 9. Barcelona, 2001.

AZNAR, Hugo y VILLANUEVA, Ernesto (coordinadores). *Deontología y autorregulación informativa*. Universidad Iberoamericana. México, 2000.

AZNAR, Hugo. *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios*. Ariel Comunicación. Barcelona, 1999.

AZNAR, Hugo. *Ética y Periodismo*. Paidós Papeles de Comunicación. Barcelona, 1999.

BARATA, Francesc (2001). “*El tratamiento mediático de la violencia criminal*”, Conferencia presentada al Seminario *Desafíos y retos de la información judicial*, Bogotá. Incluida dentro de *Niñez, delito y medios de comunicación*. Fundación Antonio Restrepo Blanco. Bogotá, 2001.

BRAJNOVIC, Luka. *Deontología Periodística*. Eunsa. 2ª edición. Pamplona, 1978.

Actas – II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – Universidad de La Laguna, diciembre de 2010

CAMPS, Victoria. *El qué y el cómo de la información de calidad*. Quaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. nº 9. Barcelona, 2001.

CODINA, Mónica (editora). *De la ética desprotegida*. Ensayos sobre deontología de comunicación. Eunsa. Pamplona, 2001.

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. *Recomendaciones del Consell de l'Audiovisual de Catalunya sobre el tratamiento informativo de las tragedias personales*. Quaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya nº 9. Barcelona, 2001.

COTÉ, William y SIMPSON, Roger. *Covering Violence. A guide to ethical reporting about victims and trauma*. Columbia University Press. New York, 2000.

DIEZHANDINO, María Pilar. *El quehacer informativo. El "arte de escribir" un texto periodístico*. Servicio Editorial de la UPV. Bilbao, 1994.

ESCOLAR Roca, Guillermo. *Estatuto de los periodistas*. Editorial Tecnos. Madrid, 2002.

ESPADA, Arcadi. Raval. *Del amor a los niños*. Editorial Anagrama. Barcelona, 2000.

GOLDSTEIN, Tom. *The news at any cost*. Simon & Schuster. New York. 1986.

LÓPEZ MAÑERO, Cristina. *Información y dolor. Una perspectiva ética*. Eunsa. Pamplona, 1998.

MARTÍNEZ DE SOUSA, José. *Diccionario de información, comunicación y periodismo*. Editorial Paraninfo. Madrid, 2002.

MERCHER, Melvin. *News reporting and writing*. Brown and Benchmark. Dubuque, 1994.

METZLER, Ken. *Newsgathering*. Prentice Hall. New Jersey, 1986.

MISSOURI Group, The. *News Reporting and writing*. Saint Martin's Press, Inc. New York, 1988.

Actas – II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – Universidad de La Laguna, diciembre de 2010

ORTEGA, Félix y HUMANES, María Luisa. *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Ariel Sociología. Barcelona, 2000.

RAMOS FERNÁNDEZ, Luis Fernando. *La profesión periodística en España. Estatuto jurídico y deontología profesional*. Diputación de Pontevedra. Pontevedra. 1997.

RANDALL, David. *El periodista universal*. Siglo XXI de España editores. Madrid, 1999.

CV

Iñigo Marauri (Vitoria, 1973) es profesor asociado en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU). Imparte las asignaturas de Modelos de los Medios de Comunicación y Géneros Informativos. Licenciado en Periodismo, obtuvo el grado de doctor en 2008 con la tesis “Evolución en el tratamiento de los sucesos en la prensa diaria de información general en España (1977-2000)”, para cuya elaboración contó con una beca predoctoral del Gobierno vasco.

Ha realizado estancias de investigación como doctoranda invitado por la Universidad Católica de Chile (2003) y por la Universidad Católica Argentina (2004).

Periodista en activo, ha trabajado en los diarios El Correo y El País, y ha ejercido de redactor jefe y director adjunto de la revista Consumer Eroski, tanto en su versión impresa como en el web www.consumer.es. Actualmente, es el subdirector y responsable de investigaciones de Consumidores, un proyecto multimedia de Euskal Irrati Telebista (EITB) que incluye un programa semanal de televisión en ETB2, un programa semanal de radio en Radio Euskadi y una página web (www.eitb.com/consumidores).

María del Mar Rodríguez González (San Sebastián, 1974) es doctora por la Universidad del País Vasco desde 2005 con la tesis titulada: “*Políticas de comunicación de las instituciones públicas ante proyectos que provocan un rechazo social. Caso Zabalgarbi*”. Licenciada en Periodismo en la Facultad de CCSS y de la Información, Universidad del País Vasco en junio de 1997.

Actualmente es la responsable de contenidos del proyecto Consumer Eroski, dentro de Fundación Grupo Eroski. Forma parte del profesado del Esden, Escuela Superior de Negocios y Tecnología, donde imparte clase en la materia de Comunicación de crisis. Entre sus publicaciones como investigadora destacan: Políticas de comunicación públicas. Revista Zer de estudios de comunicación, nº 20, pág 25-57; artículo: La comunicación institucional y de servicios. Revista Estudios sobre el mensaje periodístico, pág 431. Vol 12, 2006; artículo: La comunicación institucional y de servicios. Las páginas web municipales de las capitales de provincia españolas. Revista Anàlisi Quaderns de Comunicació y Cultura, pág 63-78. Nº 33. 2006; artículo titulado Cómo

Actas – II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – Universidad de La Laguna, diciembre de 2010

afrontar la comunicación en una situación de crisis motivada por el rechazo ciudadano; caso Boroa en la revista Zer de estudios de comunicación, nº 17, pág, 121; artículo titulado Periodismo para la Libertad en el libro Los Nuevos Testigos de la Realidad, dirigido y coordinado por José Antonio Dorronsoro y la colaboración de El Correo , así como la Universidad del País Vasco editado en 1996.

Ha realizado estancias de investigación como doctoranda invitada por la Universidad Católica de Chile (2003) y por la Universidad Católica Argentina (2004).