

ABSTRACTS DE LAS COMUNICACIONES ACEPTADAS

6º CONGRESO CIÉDI «EL DERECHO A LA INFORMACIÓN JUDICIAL»
Valencia, 7 y 8 de noviembre de 2008

TÍTULO: El deber ciudadano de los medios

AUTOR: Jose A. Agejas Esteban, Universidad Francisco de Vitoria, Profesor Agregado de Ética en la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

ÁREA DEL CONGRESO: D. Ética y excelencia informativa. La deontología periodística frente a las expectativas de los ciudadanos.

RESUMEN

En el debate actual sobre el concepto de ciudadanía, el alcance filosófico y político de la misma, y las pretensiones legislativas en materia de educación, la comunicación se propone reflexionar sobre el origen de dicho concepto y su relación con el nacimiento de la prensa como medio de expresión de la opinión pública. A partir de esta relación, y siempre de acuerdo con los fundamentos y las implicaciones de una ética realista, se formularán cuáles son las exigencias deontológicas que se siguen para los medios de comunicación.

Metodología utilizada. La comunicación hará en un primer momento una lectura histórica del origen de los conceptos, para pasar luego a la reflexión crítica sobre su alcance e implicaciones. La inferencia de las exigencias deontológicas se hará a partir de la reflexión sobre la naturaleza de la ciudadanía y del papel de los medios en la sociedad libre.

Avance de las conclusiones. Inicialmente la hipótesis que se plantea sugiere que tanto el concepto de ciudadanía como el papel público de los medios ha cambiado, no sólo de hecho, sino también en función de la realidad del espacio social, de modo que las exigencias deontológicas que se plantean no pueden asumir la misma formulación que en el siglo pasado.

Valor añadido de la comunicación. El valor de la comunicación reside en la recuperación del elemento esencial que justifica que los medios de comunicación ocupen un espacio público de opinión que corresponde a los ciudadanos en cuanto tales miembros de pleno derecho de la res publica.

PALABRAS CLAVE: Deontología. Ciudadanía. Ética.

TÍTULO: La protección de datos personales de la información judicial en soportes de telecomunicaciones e Internet

AUTORA: Wilma Arellano Toledo, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Universidad Nacional Autónoma de México, Investigadora posdoctoral

ÁREA DEL CONGRESO: A. La protección de los derechos personales en la información policial y judicial

RESUMEN

A través de esta comunicación se pretende analizar la aplicación de la legislación nacional y de las Directivas europeas en materia de protección de datos personales, partiendo de aquellos datos que forman parte de los expedientes judiciales y de aquellos que se transmiten o publican a través de las telecomunicaciones (en particular, de Internet).

La aplicación de la Directiva sobre protección de datos en el sector de las comunicaciones electrónicas (2002/58) tendría una aplicación directa, la cuestión es analizar de qué manera deben respetarse los derechos consagrados en ella, en los casos en que se trate de datos que aparecen en Internet y que forman parte de un proceso judicial o que pueden afectar al mismo.

Todo lo anterior, sin afectar el derecho sustancial a la información ni de traspasar el régimen de excepciones para su cumplimiento, en donde también se encuentra el límite de la información de un proceso judicial, al mismo tiempo que la misma protección de datos.

Finalmente, se pretende realizar un breve estudio comparado, para observar cómo están protegidos o no estos derechos en otras latitudes, fuera de España.

Avance de las conclusiones. La información que tiene relación con un proceso judicial debe ser protegida más ampliamente, habida cuenta de que los nuevos de medios de comunicación (basados en soportes de telecomunicaciones y en donde se incluye de manera sobresaliente Internet) dan lugar a muchas posibilidades. Esta situación, sin embargo, no debe contraponerse con la libertad de expresión, ni con la facultad de investigar que consagra el derecho a la información establecido en el artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

Los países de la Unión Europea son los que tienen un mayor grado de protección de datos personales (en todos los ámbitos) en relación con el nivel de protección que se registra, por ejemplo, en países de América.

PALABRAS CLAVE: Datos personales, Telecomunicaciones, Internet, Información judicial

TÍTULO: La información sobre menores delincuentes y sus procesos judiciales

AUTORA: Ana Azurmendi, Universidad de Navarra, Profesora Agregada de Derecho de la Comunicación

ÁREA DEL CONGRESO: A. La protección de los derechos personales en la información policial y judicial

TÍTULO: La devaluación de la presunción de inocencia en el periodismo

AUTOR: Francesc Barata, Universidad Ramon Llull, Profesor titular

ÁREA DEL CONGRESO: A. La protección de los derechos personales en la información policial y judicial

RESUMEN

Desde hace varias décadas la información policial y judicial ha adquirido una relevancia de primer orden en la prensa española, y con ello un papel destacado en el debate público y las acciones legislativas. Dicha importancia pone de manifiesto la necesidad de reflexionar con mayor intensidad sobre el trabajo que realizan los y las periodistas, y cómo sus notas contribuyen a la formación de los imaginarios sociales sobre el mundo del delito y la impartición de justicia.

La presente comunicación pone de manifiesto el hecho de que las prácticas periodísticas devalúan la presunción de inocencia de las personas que entran en conflicto con la ley penal. En unos casos por un uso inadecuado del término, en otros porque se desarrollan formas narrativas que socavan la garantía de que todo ciudadano es inocente hasta que no se demuestre lo contrario. Casi siempre se acaban publicando informaciones que cultivan el alarmismo y que, en no pocos casos, interfieren en la actividad policial y judicial. Estos conflictos son debidos a las lógicas presentes en cada institución y al desconocimiento de la dimensión que deben tener las garantías individuales.

Queremos reflexionar sobre cómo el derecho a la información tiene que ser respetuoso con los derechos de todos los ciudadanos, incluso aquellos detenidos o imputados por la supuesta comisión de un delito. Las demandas informativas tampoco deberían crear alarmismos sociales. Encontrar un equilibrio entre la información y las garantías individuales continúa siendo el reto pendiente.

Metodología utilizada. Análisis del uso de la presunción de inocencia en las notas periodísticas del diario *El País* en los casos policíacos más importantes de los últimos meses.

Avance de las conclusiones. No se respetaron los derechos ciudadanos, en particular los referidos a la presunción de inocencia. Las noticias inducen al alarmismo ciudadano.

Consecuencias prácticas. Propuesta de criterios para un mejor tratamiento de la presunción de inocencia.

PALABRAS CLAVE: Periodismo policial. Derechos ciudadanos. Presunción de inocencia. Alarmismos ciudadanos. Garantías procesales.

TÍTULO: Tratamiento ético-jurídico de las informaciones sobre el dolor y el sufrimiento humano

AUTORAS: Julia Bordonado Bermejo, ESIC–Universidad Rey Juan Carlos, Profesora; M^a del Mar López Talavera, ESIC–Universidad Rey Juan Carlos, Profesora

ÁREA DEL CONGRESO: A. La protección de los derechos personales en la información policial y judicial

RESUMEN

El dolor y el sufrimiento se presentan como noticias de primera mano para los medios de comunicación. A veces, los informadores seleccionan intencionadamente situaciones de sufrimiento y de dolor, no por su interés informativo, sino porque son imágenes que llevan asociada una fuerte carga emocional.

Esta investigación intenta facilitar una explicación, desde la perspectiva ético-jurídica, al tratamiento que los medios de comunicación proporcionan a este tema. Además, se analizan los efectos que producen en el receptor las informaciones traumáticas sobre dolor y sufrimiento. Por último, se pretende conseguir una doble perspectiva de análisis: una dimensión ética y una dimensión jurídica, directamente enlazada con la Declaración Universal de Derechos Humanos y la Constitución Española. El artículo 19 de la DUDH consagra los derechos a la libertad de expresión y opinión. En la redacción de la DUDH y en el trabajo posterior de internacionalización de estos Derechos y Libertades intervino René Samuel Cassin, premio Nobel de la Paz por estas aportaciones en el año 1968. Se relaciona a Cassin con nuestra investigación porque estudió derecho y llegó a ser un reconocido jurista debido a la fuerte impresión que le causó el caso Dreyfus y el artículo de E. Zola "J'accuse". El citado caso tiene gran importancia por su relación con la historia del periodismo, con el origen de la necesidad de redactar la DUDH en 1948 y con el Derecho a la información judicial y la especial protección del presuntamente culpable.

Algunas de las conclusiones anticipadas son:

- Los medios de comunicación trivializan en ocasiones los sentimientos de sufrimiento y mercantilizan el dolor humano. Utilizan el sensacionalismo a la hora de tratar estos temas para captar audiencia, sobre todo si a través de este amarillismo pueden apelar a la curiosidad humana más insana.

- La información sobre el dolor merece un tratamiento especial, con rigor y prudencia, para no dañar la sensibilidad de la audiencia o aumentar más el sufrimiento de las víctimas y sus familiares. Por consiguiente, estas noticias generan considerables problemas deontológicos relacionados con la expresividad propia del dolor o su manifestación concreta y la consiguiente capacidad de atraer a la audiencia.

- Una razón por la que R. Cassin trabajó en la elaboración de la DUDH y en la internacionalización de dichos Derechos y Libertades fue su desconcierto por el tratamiento periodístico del Caso Dreyfus en el que los derechos fundamentales, sobre todo a la presunción de inocencia, fueron vulnerados al ejercitarse el Derecho a la Información Judicial.

TÍTULO: El nuevo Estatuto de Información de la Corporación RTVE: independencia editorial e independencia editorial en un marco deontológico

AUTOR: Rafael Díaz Arias, Universidad Complutense, Profesor Asociado Información en Radio y Televisión, Facultad de Ciencias de la Información

ÁREA DEL CONGRESO: D. Ética y excelencia informativa. La deontología frente a las expectativas de los ciudadanos

RESUMEN

Los estatutos de redacción/información constituyen en España el más importante corpus deontológico de la profesión periodística. La mayoría fueron concebidos como instrumentos de regulación de las relaciones profesionales entre informadores y empresas informativas, pero suelen desbordar ese ámbito, desarrollando derechos profesionales y sometiendo el trabajo informativo a un conjunto de principios deontológicos y normas de buena práctica profesional. En este marco, el nuevo Estatuto de Información de la Corporación RTVE incorpora novedades importantes, tanto en lo que se refiere a su ámbito subjetivo (que se amplía a los “profesionales de la información audiovisual”), como en el desarrollo de los derechos (incorporando un derecho a la carrera profesional), como en cuanto a los procedimientos de garantía (estableciendo un procedimiento de amparo), así como en su adaptación de los principios deontológicos a la práctica y problemas actuales de la información audiovisual. El objeto de la presente investigación es señalar las líneas de evolución de estos instrumentos como delimitadores del marco deontológico y situar en ese proceso las importantes aportaciones realizadas por el Estatuto de Información de la Corporación RTVE. En este sentido, el Estatuto de Información de la Corporación RTVE, que encuentra su origen en el desarrollo de la Ley 17/2006, vincula la independencia editorial de la Corporación a la independencia profesional de los informadores, garantizada por el desarrollo de sus derechos, deberes y obligaciones deontológicas. En otras palabras, la independencia institucional depende de la independencia profesional y está se garantiza en un marco de derechos y obligaciones deontológicas específicas. De modo que las garantías subjetivas se convierten en garantías institucionales para un mejor servicio de la radiotelevisión pública al servicio del ciudadano.

PALABRAS CLAVE: estatutos de información, consejos de redacción, independencia profesional, independencia institucional, códigos deontológicos

TÍTULO: La credibilidad de los medios de comunicación en España

AUTORES: Pedro Farias Batlle, Universidad de Málaga, Profesor titular de la Facultad de Ciencias de la Comunicación; Marisol Gómez Aguilar, Universidad de Málaga, Doctora en Periodismo

ÁREA DEL CONGRESO: D. Ética y excelencia informativa. La deontología periodística frente a las expectativas de los ciudadanos

RESUMEN

España se caracteriza por participar de un sistema de medios de pluralismo polarizado, caracterizado por una prensa de baja circulación y orientada políticamente a las élites, y por un elevado consumo audiovisual, donde la credibilidad de las informaciones televisadas es más elevada en la medida en que el nivel socioeconómico y cultural es más bajo, pues el consumo de otros medios es menor, lo que incide en la capacidad para cuestionar la información. La credibilidad de la información no depende de un único factor, sino de un conjunto de factores entre los que, junto a la rigurosidad, el tratamiento o el enfoque de la información, y las competencias asignadas a los medios, también se encuentra la percepción de información por el lector, el oyente o el telespectador. Y esa percepción varía de acuerdo a su nivel formativo, su grado de conocimiento del tema, su identificación con la fuente o con el medio o su posicionamiento ideológico.

El principal objetivo de nuestro estudio sobre la credibilidad de los medios en España es conocer cuál es el medio de comunicación (prensa, radio, televisión e Internet) que tiene mayor credibilidad entre la población. Para ello, y recogiendo la experiencia americana (con una tradición de más de medio siglo en estos estudios) sobre sondeos de credibilidad, hemos adaptado las metodologías y los cuestionarios a nuestra realidad social. En los resultados se puede observar como en personas con un nivel formativo bajo su valoración de la credibilidad de la televisión es muy elevada, mientras que, a niveles formativos altos, la valoración de la credibilidad de los medios es más crítica.

La cuestión de la credibilidad tiene cada vez mayor interés, prueba de ello son los números trabajos, que tanto desde el ámbito académico como profesional se han desarrollado sobre la materia. El Forum para la Libertad de Prensa, en un proyecto sobre “la imparcialidad de la prensa”, destacó las causas que inciden en la credibilidad de los medios: errores en las informaciones, ausencia de rectificaciones, uso indiscriminado de fuentes anónimas, falta de preparación o desconocimiento del periodista sobre los temas que trata, prácticas poco éticas, desigualdades en la cobertura informativa, confusión entre la línea editorial y la información, y enfoque preconcebido de los relatos.

PALABRAS CLAVE: credibilidad, medios de comunicación, información.

TÍTULO: La ética en el periodismo bursátil de televisión

AUTOR: José Gabriel Fernández, Universidad Rey Juan Carlos, Profesor titular interino

ÁREA DEL CONGRESO: D. Ética y excelencia informativa. La deontología frente a las expectativas de los ciudadanos

RESUMEN

Es bien sabido que la información bursátil es una de las más especializadas dentro del periodismo. Ese rasgo tan peculiar radica quizá en que su historia comienza junto con la historia del periodismo. Las primeras noticias siempre se han relacionado con los precios de los productos en los mercados y puertos. Esa larga vida de este tipo de información ha ayudado a desarrollar un mecanismo, y a proponer, a lo largo de la historia, unas pautas éticas que se han ido reforzando a la velocidad del mercado.

En España, los primeros pasos del periodismo económico moderno llegaron con la democracia. Tras la transición nació la Asociación de Periodistas de Información Económica, y con ella, las normas éticas del periodismo bursátil que aún hoy perduran en la prensa especializada.

Sin embargo, el crecimiento de la televisión y de los nuevos medios digitales, ha provocado un reajuste de estas normas. La prensa e incluso la radio ofrecen información bursátil continua, pero la televisión sólo atiende a los parqués cuando se produce una crisis o una euforia bursátil. Además, la información bursátil en televisión genera un tipo de estrabismo muy especial. Con un ojo se mira el dato, mientras que con otro se analizan, a veces demasiado políticamente, las consecuencias. Ahí entra la profesionalidad de cada informador que debe arreglar esa desviación óptica. Con el ejercicio de su profesión primero debe informar de la Bolsa como servicio público, es decir, dar la información continuada. Y en segundo lugar analizar y explicar las consecuencias pensando en el bien común, y no en el beneficio ni personal ni partidista.

A lo largo de la historia tenemos numerosos ejemplos de cómo la información bursátil ha ido de la mano de las crisis y de las euforias, cuando una información de este tipo exige una ética y un compromiso ante los ciudadanos de rigor y de seriedad que muchas veces se evita en favor de la venta de periódicos o de conseguir altos niveles de audiencia. Los periodistas especializados en economía, y concretamente en información bursátil, deben atender a una ética básica a la hora de informar sobre empresas, resultados y acciones empresariales. Pero no queda ahí el compromiso con los lectores, oyentes o espectadores. Además, los ciudadanos esperan de estos profesionales una explicación lo más correcta y objetiva posible que en televisión cobra mayor valor por el número de espectadores a los que alcanza.

PALABRAS CLAVE: ética, información bursátil, televisión

TÍTULO: La comisión de quejas y deontología de la FAPE, beneficiosa para la profesión periodística

AUTOR: Manuel Fernández Areal, Universidad de Vigo, Profesor emérito

ÁREA DEL CONGRESO: D. Ética y excelencia informativa. La deontología periodística frente a las expectativas de los ciudadanos.

RESUMEN

Se trata de razonar sobre la conveniencia y utilidad para la sociedad y los propios profesionales del Periodismo de un buen sistema de autorregulación, pactado con las empresas, que garantice la existencia de órganos profesionales- del tipo de los existentes en los colegios de médicos o de abogados, por ejemplo- que no sólo sirvan para mejorar la calidad de los productos comunicativos en general y muy particularmente los informativos, si no que además eviten la instancia judicial, no siempre beneficiosa.

Se citan algunos casos recientes que vienen a demostrar la bondad del sistema de autorregulación y el acierto de las Resoluciones de la recientemente instaurada Comisión de Quejas y Deontología de la FAPE (Federación de Asociaciones de Periodistas), con efectos limitados de momento, pero con prometedores logros de futuro, y se analizan especialmente algunas de esas Resoluciones, a modo de sentencias de carácter ético, que merecen especial mención.

PALABRAS CLAVE: autorregulación periodística, Comisión de quejas, deontología

TÍTULO: Un necesario equilibrio en riesgo: Derecho a la información judicial y los datos personales en un proceso. Algunos rasgos sobre el caso mexicano

AUTOR: Alfonso Hernández Godínez, Profesor de Tiempo Completo en la División de Estudios Jurídicos de la Universidad de Guadalajara, Jalisco, México

ÁREA DEL CONGRESO: A. La protección de los derechos personales en la información policial y judicial.

RESUMEN

La comunicación que pretendemos ofrecer tiene que ver con algunos rasgos de México. En efecto, trataremos el necesario equilibrio que está en riesgo, pero que debe existir entre el derecho a la información judicial y los datos personales de las personas sujetas a proceso. Una de muchas justificaciones es que en México a partir del año 2000 ha existido un fuerte desarrollo en materia de acceso a la información pública y que ha despertado el interés por hablar de los datos personales.

Metodología utilizada. Para desarrollar la comunicación que proponemos será necesaria la aplicación del método histórico, exegético jurídico y comparativo, principalmente. Como consecuencia natural se aplicara la técnica de investigación documental.

Avance de las conclusiones. Es necesario que en el tren del derecho a la información esté presente el necesario equilibrio con respecto de los datos personales y la vida privada. Si no dejamos un espacio para este derecho, el futuro equilibrio estará perdido.

Valor añadido de la comunicación. La llamada era de la información impone el deber de analizar los problemas que conlleva el binomio transparencia y datos personales. Dos derechos que se atraen y se repelen a la vez. En un Congreso Internacional es importante conocer las realidades de otros países que nos permitan enriquecernos de las distintas experiencias. Si nuestra comunicación llega al Congreso, será una buena oportunidad para mirar a México. Pero para nosotros será un gran privilegio conocer las grandes aportaciones que otros hagan sobre el mismo tema y que podamos considerar su implementación.

PALABRAS CLAVE: Publicidad procesal, datos personales, derecho a la información, noticia, interés público.

TÍTULO: Deontología periodística en la fotografía de prensa: el tratamiento de la imagen de los menores de edad

AUTORES: Carlos Maciá Barber, Universidad Carlos III de Madrid, Profesor Titular del Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual; María de los Ángeles Galván Arias, Universidad San Pablo-CEU, Doctoranda en Periodismo.

ÁREA DEL CONGRESO: D. Ética y excelencia informativa. La deontología periodística frente a las expectativas de los ciudadanos.

RESUMEN

La legislación vigente en España relativa a la protección y defensa de la infancia y la juventud es clara y manifiesta. El tratamiento que debe darse en la cobertura informativa de estos segmentos de la población está recogido y delimitado con detalle en los códigos deontológicos periodísticos españoles e internacionales. No por ello, deja de cumplirse con significativa frecuencia y notoriedad, en especial, en ámbitos temáticos concretos como las víctimas de delitos y tragedias (accidentes, inmigración), los hijos de personajes públicos y la utilización de menores en las campañas electorales. Un repaso a ciertos casos notorios —Diez Minutos/Zapatero, Interviú/Alba Flores, Shaima/velo islámico escuela Girona, entre otros—sirve de introducción al tema para, a continuación, analizar la cobertura informativa reciente (febrero de 2008) de diarios de referencia y prensa gratuita en una búsqueda sistemática de infracciones para analizar y comentar cada caso. El estudio detallaría los géneros periodísticos y ámbitos temáticos afectados por esta clase de vulneraciones.

Objetivo. La comunicación trata de desvelar el grado de cumplimiento de la normativa contenida en los principales códigos deontológicos de la profesión periodística, así como el respeto a la legalidad vigente, por parte de los medios de comunicación escritos en cuanto al tratamiento informativo relativo a los menores de edad en la difusión de imágenes fotográficas. El estudio se justifica por la contradictoria cobertura en un colectivo especialmente amparado y protegido.

Metodología. Análisis comparado de códigos deontológicos (españoles e internacionales), de la normativa legal vigente y examen tanto de casos relevantes recientes paradigmáticos, como que no hayan tenido repercusión social. La muestra de estudio comprende fotografías difundidas en diarios de referencia (El País, El Mundo, ABC, La Vanguardia) y prensa gratuita (Qué!, 20 minutos, Metro y ADN) durante febrero de 2008.

Conclusiones. De entrada, hay que denunciar la ligereza y frecuencia significativa con que se difunden imágenes de niños y jóvenes en ámbitos temáticos concretos como las víctimas de delitos y tragedias, los hijos de personajes públicos y la utilización de menores en las campañas electorales, vulnerando la normativa vigente y los códigos deontológicos periodísticos.

Consecuencias prácticas. Los resultados del estudio bien podrían presentarse ante las autoridades e instituciones pertinentes —empezando por el Defensor del Pueblo y los Defensores del Menor en las diversas Comunidades Autónomas— para denunciar situaciones concretas y tratar de que se tomase alguna medida eficaz al respecto. Por supuesto, para transmitir una queja fundamentada a la dirección de los respectivos medios que incumplan la normativa. Y, por último, para difundirlo a la sociedad con el fin de que la ciudadanía conozca sus derechos, valore la actuación profesional de cada cabecera y, si fuera el caso, que animase a la denuncia de aquellos casos que conozca.

Originalidad. Práctica inexistencia de estudios científicos en este ámbito

PALABRAS CLAVE: deontología periodística, fotografía, prensa, menores de edad, España

TÍTULO: El derecho a la información: reflexiones sobre la veracidad informativa

AUTOR: Agustín Macías Castillo, Universidad Pontificia de Salamanca, Profesor Encargado de la Cátedra de Derecho de la Información y Publicitario

ÁREA DEL CONGRESO: D. Ética y excelencia informativa. La deontología periodística frente a las expectativas de los ciudadanos

TÍTULO: El tratamiento informativo y judicial de casos biomédicos controvertidos: algunas reflexiones críticas

AUTOR: Ginés Santiago Marco Perles, Universidad Católica de Valencia, Profesor de Antropología, Sociología y Ética

ÁREA DEL CONGRESO: D. Ética y excelencia informativa. La deontología periodística frente a las expectativas de los ciudadanos

RESUMEN

En la presente Comunicación tengo el propósito de analizar el tratamiento que dispensan en España determinados órganos judiciales y significativos profesionales de la comunicación a ciertos supuestos biomédicos que, por su resonancia pública y sus repercusiones en un horizonte legislativo no muy lejano, podemos calificar de «controvertidos» y merecedores de un estudio exhaustivo. Con intención de acotar la investigación me voy a centrar en profundidad en un supuesto biomédico que reúne las características anteriormente reseñadas. Me estoy refiriendo al caso de las «sedaciones irregulares» a pacientes ingresados en el área de urgencias del Hospital Severo Ochoa de Leganés (Madrid), que han ocasionado su posterior fallecimiento.

La tesis que defiendo en esta Comunicación se sustenta en la interrelación recíproca que se aprecia entre los titulares de la potestad de juzgar y los profesionales de la comunicación, en el marco del tratamiento de casos en los que el respeto a la vida humana vulnerable y dependiente está en juego. Esto explica que determinados jueces y magistrados (que cuentan con el poderoso aval de ciertas empresas informativas encargadas de diseñar ante la opinión pública verdaderos «juicios paralelos»), no dejen de sentirse tentados en abrir flancos que acaban por comprometer derechos fundamentales de determinadas personas bajo ciertos supuestos eufemísticamente denominados «conflictos de derechos resultado de casos límite». Por su parte, los profesionales de la comunicación se alejan de la excelencia informativa cuando en su tratamiento de casos biomédicos, subrepticia o abiertamente, establecen fisuras en el respeto incondicionado y universal que merecen los derechos fundamentales.

La metodología que orienta esta investigación se identifica con la hermenéutica crítica, que conlleva la interpretación y la comprensión de supuestos de hecho, cuyas consecuencias trascienden a sus protagonistas iniciales. El valor añadido de esta investigación radica en que procura dar respuesta a la necesidad de proporcionar unas bases sólidas para la reflexión y la crítica en contextos cargados deliberadamente de emotivismo por significativos profesionales de la comunicación. No obstante, una investigación de esta naturaleza cuenta con la limitación derivada de su innegable actualidad y de encontrarse todavía en una fase «sub iudice», que impide alcanzar la necesaria perspectiva histórica, presupuesto connatural a todo esfuerzo investigador. Sin embargo, o precisamente por ello, nos encontramos ante un inmejorable escenario en el que se manifiesta la influencia proyectada por los profesionales de la comunicación, influencia a la que no son inmunes los miembros del Poder Judicial.

PALABRAS CLAVE: Juicios paralelos, conflicto de derechos, emotivismo, casos límite

TÍTULO: Dignidad de la persona y *violencia de género*: ¿cómo cuestionan a los medios?

AUTOR: Miguel Martínez Antón, IE Universidad (Segovia)

ÁREA DEL CONGRESO: D. Ética y excelencia informativa. La deontología periodística frente a las expectativas de los ciudadanos

Resumen

Existe una responsabilidad por parte de los Medios de Comunicación a la hora de presentar programas informativos o de entretenimiento cuyos contenidos vulneran o pueden vulnerar derechos de la persona. Contenidos que bordean los límites jurídicos y morales de la acción, o, simplemente, violan códigos éticos y jurídicos.

La violencia doméstica o de género constituye un hecho objeto de atención por parte de los Medios, pero no siempre es tratado de forma adecuada, dados los intereses contrapuestos que están en juego: respetar la seriedad de las noticias (contenidos) teniendo en cuenta la gravedad de los hechos, y satisfacer la necesidad de atraer al máximo la atención del público, aunque sea por vía de sensacionalismo o “ilusionismo”.

Por el tipo de programas que se difunden, ¿podemos pensar que algunos platós de televisión se convierten en escenarios de riesgo? ¿Hay géneros televisivos que traspasan los límites de la legalidad y de la ética instrumentalizando a la persona y su dignidad?

TÍTULO: Jueces, periodistas y ciudadanos: los vértices de la información judicial

AUTOR: Lourdes Martínez Rodríguez, Universidad de Murcia, Profesora Colaboradora

ÁREA DEL CONGRESO: C. Del delito a la primera sentencia judicial: criterios éticos y jurídicos en la información

RESUMEN

Nuestra Constitución garantiza no sólo el derecho a comunicar y transmitir información, sino el derecho a recibir información veraz. En el ámbito judicial, el periodista sigue siendo un intermediario imprescindible para hacer llegar la información a los ciudadanos. No ocurre como en otras áreas, por ejemplo en la información local o incluso en lo que podemos considerar el preámbulo de la información de tribunales: los sucesos, donde cada vez son más frecuentes las experiencias de ciudadanos, tanto en su faceta de protagonistas como de testigos de los hechos, que se convierten en informadores y narran de forma directa lo sucedido a otros receptores, o bien se establece la posibilidad de desarrollar una comunicación directa entre los ciudadanos y las fuentes de información. La opacidad de las fuentes en el contexto judicial y la dificultad de acceso a las mismas hace necesaria la figura del periodista como intermediario para garantizar la publicidad de las actuaciones judiciales. Este papel de intermediación desempeñado por los medios de comunicación es refrendado por el Tribunal Constitucional (STC 30/82 de 1 de junio) al señalar que “el principio de publicidad de los juicios, garantizado por la Constitución, implica que éstos sean conocidos más allá del círculo de los presentes en los mismos, pudiendo tener una proyección general. Esta proyección no puede hacerse efectiva más que con la asistencia de los medios de comunicación social (...)”. Esta publicidad de las actuaciones judiciales es garantía de que los tribunales funcionen con imparcialidad, pero el exceso de publicidad puede afectar a un juicio justo, o atentar contra otros derechos fundamentales de las personas implicadas en un proceso judicial, por ello la exigencia de atenerse a unos mínimos principios éticos se hace más necesaria si cabe entre los periodistas encargados de la información judicial.

La creación de las Oficinas de Prensa en los distintos Tribunales Superiores de Justicia de España, que se ha completado en el año 2005, ha supuesto un importante acercamiento entre las fuentes judiciales y los periodistas. A nuestro juicio, se hace necesaria, no obstante, una mayor aproximación entre los periodistas y su audiencia a la hora de informar sobre los procesos judiciales. Es preciso desterrar las informaciones descontextualizadas y los titulares llamativos y alarmistas. El ciudadano debe entender el porqué de determinadas decisiones judiciales, para ello puede resultar de utilidad ampliar los géneros de la información de tribunales más allá de la crónica judicial, a través de reportajes explicativos, analíticos y didácticos.

PALABRAS CLAVE: derecho a la información, información judicial, gabinetes de comunicación, géneros periodísticos, crónica judicial, periodista especializado

TÍTULO: El espacio mediático como deconstrucción del Estado de Derecho

AUTORES: Pere Masip, Profesor de Periodismo Digital en la Facultad de Comunicación Blanquerna de la Universidad Ramon Llull; Josep Lluís Micó, Profesor de Periodismo Digital en la Facultad de Comunicación Blanquerna de la Universidad Ramon Llull; Carlos Ruiz, , Profesor de Ética de la Comunicación en la Facultad de Comunicación Blanquerna de la Universidad Ramon Llull.

ÁREA DEL CONGRESO: C. Del delito a la primera sentencia judicial: criterios éticos y jurídicos en la información

RESUMEN

La televisión y las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación están creando un territorio de impunidad. Este territorio, que se sitúa en un no lugar, es el espacio mediático. El texto mediático, integrado por el conjunto de contenidos de los medios de comunicación, actúa de agente socializador de primer orden en las sociedades actuales. Y los agentes socializadores crean, como nos diría Aristóteles, *habitud*: a través de la repetición sistemática e interminable de determinados tipos de comportamientos y de determinados perfiles humanos, la audiencia tiende a percibirlos como habituales, como normales. Muchos de esos comportamientos atentan contra derechos fundamentales que fueron claras conquistas políticas de la Modernidad: el derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen. En contra de los principios de Beccaria, que consideraba que la sociedad no debe permitir cierto tipo de espectáculos porque no contribuyen a mejorarla, el espacio mediático deviene una *picota* medieval que se nutre de la humillación y de la indignidad, y es el referente ejemplar que se muestra a la audiencia.

El espacio mediático dispensa también visibilidad, que sustituye al mérito como criterio de reconocimiento social. Y en busca de la visibilidad surgen nuevos delitos que son nuevos porque su tipo no aparezca en el código penal, sino porque son cometidos con el único propósito de ser exhibidos, de integrarlos en el texto mediático. Sin embargo, este afán por la visibilidad mediática juega a veces en contra, puesto que el material que se cuelga en la red puede ser utilizado como prueba en la investigación de determinados delitos.

El espacio mediático perturba también el derecho a la información judicial. Un hecho reprobable desde el punto de vista penal que es mostrado a la audiencia con imágenes corre el riesgo de ser desvirtuado, puesto que el ciudadano-espectador lo decodifica desde la lógica del espectáculo y de las emociones, alterando así —como señalaba Pierre Bourdieu— la autonomía del ámbito judicial, que se rige por una lógica jurídica. Es lo que ocurrió que Barcelona en octubre de 2007, cuando un individuo agredió a una joven ecuatoriana en el interior de un tren. Las cámaras registraron los hechos y fueron difundidos en el espacio mediático, provocando claramente una crítica —infundada desde la lógica jurídica— a la actuación judicial. En definitiva, el espacio mediático emite y admite comportamientos que no toleraríamos en la sociedad real y actúa como palanca de premodernidad, colisionando con los esfuerzos educativos y legislativos de construcción de una sociedad democrática, que se fundamenta en un Estado de Derecho. El objetivo de la comunicación es, pues, demostrar como el espacio mediático erosiona el Estado de Derecho a través del análisis de algunos casos.

PALABRAS CLAVE: Ética, Derecho, Internet, Impunidad mediática

TÍTULO: Recomendaciones del Consejo Audiovisual de Navarra para el tratamiento de noticias relacionadas con los procesos judiciales por parte de los medios audiovisuales

AUTOR: Consejo Audiovisual de Navarra (CoAN)

PRESENTA: Borja Mora-Figueroa, Director-Gerente del CoAN, Profesor Asociado del Master en Comunicación Política y Corporativa de la Universidad de Navarra

ÁREA DEL CONGRESO: D. Ética y excelencia informativa. La deontología periodística frente a las expectativas de los ciudadanos

RESUMEN

Es bien sabida la importancia que, en nuestra sociedad, tiene la libertad de información como uno de los pilares en los que se asienta el sistema democrático al constituir la garantía de una opinión pública libre. En el ejercicio de las libertades informativas es significativa, desde hace tiempo, la gran atención que los medios de comunicación audiovisuales dedican a los sucesos con relevancia penal y, por extensión, a toda aquella actividad que se desarrolla ante los Tribunales de Justicia.

Existe, en principio, un interés noticiable en todos aquellos sucesos con relevancia penal, así como en el resultado de las investigaciones policiales realizadas para el esclarecimiento de los mismos y por extensión en la actividad desarrollada por los órganos jurisdiccionales. Los medios de comunicación cumplen con la importante labor de informar a los ciudadanos de todo aquello que acontece ante los tribunales de justicia posibilitando, de este modo, el control de dicha actividad por parte de la opinión pública asegurando que los jueces cumplen con las responsabilidades que les han sido confiadas.

Paralelamente al cada vez mayor seguimiento que los medios audiovisuales prestan al desarrollo de los procedimientos penales aumentan los casos de informaciones que atentan contra otros derechos fundamentales, principalmente los derechos de la personalidad y otros bienes jurídicos dignos de protección constitucional; surgen formatos televisivos en los que la información sobre los procedimientos penales se integra en programas de entretenimiento y espectáculo y, en ocasiones, se realizan Juicios Paralelos con la consiguiente afectación de la apariencia de imparcialidad de los Tribunales y de la confianza que los ciudadanos tienen en la Justicia.

El Consejo Audiovisual de Navarra (CoAN) considera que los medios audiovisuales deben hacer un especial esfuerzo para que su legítimo ejercicio del derecho de información sea respetuoso tanto con el resto de derechos fundamentales como con la importante función que desempeñan los órganos judiciales. Desde el CoAN se estima que un instrumento imprescindible para la consecución de este objetivo, pasa por el establecimiento y observancia de determinadas normas de autorregulación que fomenten la responsabilidad de los propios medios en el ejercicio de su función.

En consecuencia, el 15 de marzo de 2007 se aprobaron las 'Recomendaciones del CoAN para el tratamiento de noticias relacionadas con los procesos judiciales por parte de los medios audiovisuales', con el objetivo de servir de orientación y guía a los medios audiovisuales en este campo.

PALABRAS CLAVE: Consejo Audiovisual de Navarra, autorregulación,

TÍTULO: Información sobre el Proceso Penal, Honor y Presunción de Inocencia

AUTOR: Juan Carlos Orenes Ruiz, Letrado del Consejo Audiovisual de Navarra y Profesor Asociado de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra.

ÁREA DEL CONGRESO: A. La protección de los derechos personales en la información policial y judicial.

RESUMEN

Objetivo de la comunicación. La información sobre el proceso penal, por su propia naturaleza, es potencialmente vulneradora de los derechos de la personalidad, singularmente del derecho al honor. Se facilitan una serie de criterios sobre la forma en que debe facilitarse dicha información para que no se produzca una ilegítima injerencia en tal derecho. Del mismo modo, las informaciones deben ser respetuosas con el derecho de presunción de inocencia constitucionalmente declarado y, en este ámbito, se analiza la estrecha relación que existe entre la dimensión extraprocesal de este derecho y el derecho al honor.

Metodología utilizada. Tras delimitar el modo en el que tanto el derecho al honor como el derecho a la presunción de inocencia constituyen límites al ejercicio del derecho de información sobre el proceso judicial penal, a la luz de la jurisprudencia del Tribunal Constitucional, se analiza la relación que se establece entre ambos derechos.

Avance de las conclusiones. Una información objetiva y neutra en la que se da cuenta de las vicisitudes de un procedimiento penal y de la concreta situación procesal de una persona en el mismo no vulnera su derecho al honor. No obstante, determinadas informaciones pueden suponer una afectación innecesaria del tal derecho.

La invocación del derecho al honor se constituye en el cauce adecuado para solicitar el amparo frente a la vulneración de la dimensión extraprocesal del derecho a la presunción de inocencia por parte de los medios de comunicación.

Originalidad y valor añadido de la comunicación. El enfoque que se pretende dar al presente estudio es fundamentalmente práctico, por tanto, el principal elemento con el que se cuenta para la elaboración del mismo viene constituido por la jurisprudencia del Tribunal Constitucional. A esto hay que añadir el análisis de Acuerdos que se han adoptado en el seno del Consejo General del Poder Judicial, de Instrucciones emanadas de la Fiscalía General del Estado, sin olvidar normas deontológicas y criterios de actuación establecidos por Asociaciones de Prensa y Consejos Audiovisuales.

PALABRAS CLAVE: Proceso penal, honor, presunción de inocencia y libertad de información

TÍTULO: Información judicial y Gabinetes de comunicación

AUTORES: Pilar Paricio Esteban, Profesora de la Facultad de C. Sociales y Jurídicas, Universidad CEU Cardenal Herrera; Teresa Laguna, Directora de Comunicación del Tribunal Superior de Justicia de la Comunidad Valenciana.

ÁREA DEL CONGRESO: D. Ética y excelencia informativa. La deontología periodística frente a las expectativas de los ciudadanos

RESUMEN

Objetivo de la comunicación y justificación. La función principal de un Gabinete de Comunicación de un Tribunal Superior de Justicia es servir de puente entre los medios de comunicación y el ámbito de la Justicia. El Gabinete pretende dar a conocer a los ciudadanos, a través de los medios y de otras tácticas de relaciones públicas, el poder judicial y el servicio público que realiza. Por otra parte, presta un servicio a los medios facilitando su acceso a la información generada por los estamentos judiciales y propiciando un tratamiento informativo más técnico y exacto. Para ello debe actuar como un Gabinete especializado que trabaja para favorecer un tratamiento adecuado de la información judicial facilitando el trabajo de los medios y garantizando el Derecho a la información, pero respetando la identidad de los afectados. Por ello, la institución judicial debe contar con Gabinetes con un elevado nivel de profesionalización. La presente comunicación se ocupa del análisis del funcionamiento de los gabinetes de comunicación de las instituciones judiciales españolas donde la estrategia de la transparencia y la ética en la comunicación son dos pilares fundamentales para garantizar su eficacia.

Metodología. La metodología utilizada será la realización de entrevistas semi-estructuradas con una muestra representativa de profesionales que trabajan en Gabinetes de Tribunales Superiores de Justicia.

Avance de las conclusiones. En la actualidad los 17 Tribunales Superiores de Justicia de España tienen su propio Gabinete de Comunicación. Se trata de Departamentos de reciente creación y con un nivel de recursos limitados.

Valor añadido de la comunicación. La ausencia de investigaciones sobre el sector justificaría la oportunidad de una comunicación que arroje luz sobre el funcionamiento y contribución de dichos gabinetes a la educación de la sociedad en los valores fundamentales de la Justicia.

PALABRAS CLAVE: Gabinete de comunicación, información judicial, medios de comunicación, veracidad de la información, Derecho de la información

TÍTULO: El derecho a la información y el secreto de sumario

AUTOR: Rosa Pascual Serrats, Universidad CEU Cardenal Herrera, Profesora Adjunta

ÁREA DEL CONGRESO: C. Tendencias y reformas sobre la instrucción penal y el secreto de sumario

RESUMEN

Criterio configurador del proceso penal es la publicidad. Nuestra Constitución dedica a la publicidad dos preceptos: el art. 120.1 como principio general respecto de terceros; y el art. 24.2 como derecho fundamental a un proceso público a favor de las partes procesales.

La publicidad se ha vinculado con el derecho a la información e implica según el TC que los juicios sean conocidos más allá del círculo de los presentes en los mismos, pudiendo tener una proyección más general a través de los medios de comunicación en cuanto tal. Engarza, pues, con el derecho a difundir y recibir libremente información veraz. Pero, no debe olvidarse, la existencia de otros valores enfrentados como el interés de la justicia penal en la averiguación de la verdad; la seguridad de los intervinientes en el proceso; el derecho al honor, a la intimidad personal ...; e incluso el derecho a un proceso con todas las garantías.

El legislador debe buscar un equilibrio entre el secreto absoluto, incluidas las partes y la publicidad sin matizaciones. Si el derecho a la información en cuestiones judiciales no es un derecho absoluto, es el principio de proporcionalidad el que debe guiar la decisión judicial que deberá estar motivada.

En este trabajo se pretende establecer el ámbito y los límites del derecho a la información, partiendo del sistema establecido por nuestro legislador -las dos principales fases del proceso penal aparecen bajo signos opuestos- y siendo conscientes de que en 1882 seguramente todos los valores implicados no fueron tenidos en cuenta. Y todo ello sin olvidarnos de la jurisprudencia, no sólo de nuestros tribunales sino también del Tribunal Europeo de Derechos Humanos.

La importancia del tema hoy es indiscutible y en muchas ocasiones su problemática encuentra difícil respuesta ante un régimen legal "anquilosado, desbordado por los principios constitucionales y, sobre todo, por la nueva dimensión de los medios de comunicación" (A. Del Moral García-J. Santos Vijande, "Publicidad y secreto en el proceso penal", Granada 1996, p. 1).

TÍTULO: Herramientas éticas y deontológicas para la excelencia informativa en el Periodismo. Defensa del Colegio profesional como pieza angular

AUTOR: Elena Real Rodríguez, Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, Profesora Contratado Doctor del Departamento de Periodismo III

ÁREA DEL CONGRESO: D. Ética y excelencia informativa. La Deontología periodística frente a las expectativas de los ciudadanos

RESUMEN

Por herramientas éticas y deontológicas se alude al conjunto de instrumentos, mecanismos e iniciativas de autorregulación (códigos, consejos de prensa, estatutos de redacción, libros de estilo, figura del defensor de la audiencia, etc.) que desde el mismo seno de la profesión se han puesto en marcha. Propuestas promovidas igualmente por o con el impulso de las empresas comunicativas y la participación del colectivo de usuarios de la comunicación. Por lo que cabe distinguir entre una autorregulación profesional (desde y para los periodistas) y otra comunicativa (junto a empresarios y públicos). Una división que resulta importante a efectos de una deseable profesionalización del Periodismo (a la que más tarde volveremos), y de la que nadie parece haberse percatado. Partiendo de una recogida y enumeración de dichas herramientas, cabe preguntarse qué efectividad tienen en el trabajo periodístico. ¿Se dan las condiciones laborales, profesionales y sociales que hagan posible el cumplimiento normal de las exigencias éticas y deontológicas? Todos los pareceres y testimonios que he recogido a lo largo de mis años de docencia en la materia apuntan hacia una respuesta negativa. Las iniciativas de autorregulación existentes son más artificiosas que eficaces para responder a las demandas de excelencia informativa que proceden de los ciudadanos, a quien deben servir periodista y empresa comunicativa. La causa reside, principalmente, en la falta de autonomía del trabajador frente a su empresa (agravada por una precariedad laboral y profesional alarmante), más reacia a un compromiso ético que no le reporta los beneficios económicos que busca, o porque no se ajusta a los idearios políticos, financieros e ideológicos a los que se supedita. Aunque también hay casos en los que la razón se debe a una deficiente conciencia del deber por parte de los propios periodistas.

Además de la denuncia sería conveniente diseñar un entramado instrumental, deontológico y jurídico, que haga posible la aplicación de los principios éticos, sin miedo a las represalias empresariales. La profesionalización es la respuesta más factible, que lejos de ser perfecta es la alternativa que mejor puede ajustarse a los fines que perseguimos: la profesionalidad posible. Esta comunicación pretende centrarse en la defensa del proceso de profesionalización del Periodismo, lamentablemente inacabado y encallado desde hace lustros en una inmovilidad preocupante, que amenaza incluso con retroceder y pervertirse peligrosamente. Circunstancia, esta última, que está pasando desapercibida. ¿Cómo hacer efectiva la profesionalidad del periodista? Con la profesionalización como amparo y respaldo. Una profesionalización que tiene su base en la necesidad de la titulación académica específica (léase Licenciatura o Grado en Periodismo) y en la Colegiación profesional, ambas obligatorias. Institución, que bien por desconocimiento o bien por maledicencia de los empresarios y de ciertos periodistas (con la complacencia de las Administraciones y de la clase política), se ha visto despojada de su verdadero sentido y funcionalidad. No podemos por menos que evidenciar la suplantación que otros mecanismos, aparentemente autorreguladores, hacen o pretenden hacer de la figura colegial.

PALABRAS CLAVE: Ética y Deontología periodística, Profesión periodística, Colegios profesionales

TÍTULO: Dimensión ética de las estrategias persuasivas utilizadas en los dos debates electorales televisados de las elecciones generales del 2008

AUTORAS: Imelda Rodríguez Escanciano, Vicerrectora de Ordenación Académica y Profesorado de la Universidad Europea Miguel de Cervantes; María Hernández Herrarte, Doctoranda en Ciencias de la Información y Profesora de la Universidad Europea Miguel de Cervantes

ÁREA DEL CONGRESO: D. Ética y excelencia informativa. La deontología periodística frente a las expectativas de los ciudadanos

RESUMEN

Esta comunicación se centra en la progresiva relevancia que está teniendo, cada vez con más fuerza, el campo audiovisual y publicitario sobre el ámbito político. La política se ha ido adaptando al nuevo mandato visual abandonando el campo de las ideas para introducirse en el territorio de las formas, sufriendo un considerable vacío ideológico en sus mensajes en detrimento del factor de la espectacularidad. Los partidos políticos, a través de estrategias publicitarias perfectamente diseñadas, alteran el primer valor definitorio de la propia actividad política: el bien común, destruyendo por lo tanto la dimensión ética de este primer elemento en aras del potenciamiento del valor persuasivo que dota a las formas en que se realiza la comunicación política en un elemento hegemónico ante la relevancia que deben tener las propuestas políticas reales centradas en el progreso social. La opinión pública, que no tiene herramientas suficientes para decodificar correctamente los mensajes persuasivos políticos, se ve afectada por las herramientas diseñadas por los distintos partidos para “vender” a los líderes políticos, especialmente, durante las campañas electorales.

En este contexto y tras quince años de ausencia de debates electorales en la vida pública española, los líderes de las dos fuerzas políticas mayoritarias (Partido Socialista Obrero Español y Partido Popular), confrontaron directamente por televisión sus ideas y proyectos de futuro los pasados 25 de febrero y 3 de marzo de 2008. Sin embargo, desde 1993 la ciudadanía se ha visto privada de una práctica democrática a través de un medio masivo como la televisión, que es además el preferido por la opinión pública a la hora de informarse sobre asuntos políticos. La ausencia de dichos debates ha defraudado las expectativas de los españoles al no poder ser testigos directos del ‘cuerpo a cuerpo’ de los líderes de los principales partidos para poder obtener una cabal impresión que les permita conformar su opinión y voto con verdadera libertad.

El interrogante que surge de esta reflexión pone el acento en el cumplimiento del objetivo sobre el que debe descansar todo debate electoral: ¿contribuyó el intercambio dialéctico de una y otra posición a la formación de una opinión pública libre?, o, por el contrario, ¿las estrategias persuasivas desplegadas por ambos candidatos, José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy Brey, se alejaron de la ética y la responsabilidad social que todo cargo público debe contemplar para centrarse en ‘arañar’ el mayor número de votos posibles? Esta investigación pretende profundizar en el análisis de las estrategias persuasivas para descubrir cuáles fueron las principales herramientas utilizadas por ambos líderes durante el desarrollo del citado debate electoral desde el punto de vista de la comunicación verbal y no verbal (contenido discursivo de Rodríguez Zapatero y Rajoy Brey, kinesia, proxémica, entorno, aspecto físico y apariencia y paralenguaje).

Se intentará por lo tanto determinar si las estrategias persuasivas se ajustaron a la ética y a la responsabilidad social que han de desembocar en la satisfacción de las expectativas de los más de 13 millones de espectadores que se asomaron a la pequeña pantalla en la franja del “prime-time” el pasado 25 de febrero y de los que lo harán el próximo 3 de marzo de 2008.

PALABRAS CLAVE: Ética, responsabilidad social, televisión y debates electorales

TITULO: Los Medios de Comunicación como inductores de cambio de valores, sitúan el derecho y la ética en posiciones enfrentadas

AUTOR: M^ª Angeles San Martín Pascal, Universidad Rey Juan Carlos Madrid, Profesora Titular

ÁREA DEL CONGRESO: D. Ética y excelencia informativa. La deontología periodística frente a las expectativas de los ciudadanos

RESUMEN

La actual situación sociopolítica que refleja una sociedad contradictoria, y la enorme potencialidad de los Medios de Comunicación como transmisores culturales de los valores hegemónicos, así como la abundancia de información que el ciudadano recibe principalmente a través de estos Medios, requiere un análisis profundo y pormenorizado de los resultados y consecuencias de los mismos.

Los Medios de Comunicación deben informar, entretener, pero sin olvidar su papel formador en la sociedad. Una de sus funciones es la formación de valores y eso nos lleva a hablar del papel que tienen en la configuración de las imágenes del mundo en que vivimos y que el conjunto de la sociedad se hace.

Las normas éticas son incoercibles y las del derecho coercibles. Dada la evolución de los problemas básicos que convivencia que se está generando en nuestra sociedad, es necesario que los ciudadanos conozcan estos conceptos para que tomen unas posturas de acuerdo a la ley Natural y a la Ética y que no siempre pueden estar de acuerdo con las del Derecho civil.

Es necesario que los medios de Comunicación afronten cualquier análisis crítico de la realidad y no confundan a la sociedad. Esa influencia positiva o negativa que de ello se deriva, está creando un problema social y jurídico. La Ley frente al derecho Natural y que requiere una mayor conciencia por parte de los profesionales de los medios y la búsqueda de una respuesta eficaz.

Temas como la igualdad de sexo, el matrimonio entre homosexuales, el aborto o la eutanasia, exigen una gran responsabilidad de manera que el individuo no vea su conducta orientada y dirigida no por valores, sino por presiones externas.

El derecho no siempre puede regular aquellas conductas humanas que van en contra de la Ley Natural y los Medios de Comunicación deben implicarse en educar a la sociedad hacia una formación ética y recta.

TÍTULO: “Objetividad” de la información y contrato de información mediática. La objetividad como una práctica profesional en el marco de una estrategia comercial

AUTOR: Yeny Serrano, Universidad de Ginebra (Suiza), Doctoranda en ciencias de la información, de la comunicación y de medios

ÁREA TEMÁTICA: D. Ética y excelencia informativa. La deontología periodística frente a las expectativas de los ciudadanos

RESUMEN

En las sociedades occidentales la “objetividad” de la información hace parte de los criterios con los que se evalúa la calidad del trabajo periodístico. Sin que haya una definición clara de lo que es ser objetivo con frecuencia se critica a los medios de comunicación en general y a los periodistas en particular por su falta de “objetividad”. ¿De dónde y por qué surge la objetividad como un criterio de calidad del trabajo informativo?, ¿Qué es la objetividad en términos de práctica profesional?

Este trabajo tiene como objetivo responder estas preguntas analizando los orígenes de los medios masivos de comunicación en las sociedades occidentales. Con base en los trabajos de investigadores como Jean Chalaby (1998), Daniel Cornu (1994), Patrick Charaudeau (1997, 2005) y Cyril Lemieux (2000, 2003) se plantea que en el campo mediático, la objetividad surge como una estrategia comercial que facilitó la despolitización de la prensa de opinión para convertirse en prensa de información proponiendo un contrato de información que genera falsas expectativas en los ciudadanos consumidores de contenidos mediáticos. En este sentido la objetividad será definida como una práctica discursiva, es decir, como una forma de designar, calificar y explicar los eventos y los actores sociales que consiste en reproducir un estilo neutro, imparcial, distanciado y equilibrado. Definir la objetividad implica igualmente tener en cuenta el contexto ya que en términos de práctica profesional la objetividad no se adapta a todos los contextos de trabajo. Un periodista no se muestra igual de distante frente a su público receptor que frente a su fuente informativa. En el primer caso, se trata de reproducir un estilo discursivo “objetivo” que consiste en esconder u ocultar las huellas de subjetividad de aquellos profesionales que intervienen en el proceso de elaboración de la información. En el segundo, se trata de que el periodista establezca y mantenga buenas relaciones con la fuente de información por lo que cierta complicidad es necesaria.

En esta ponencia se analiza el funcionamiento de los medios masivos de comunicación teniendo en cuenta que son empresas para las que la rentabilidad de su actividad comercial (venta de espacios publicitarios según la oferta de contenidos informativos, de entretenimiento, educativos, etc.) es primordial. Al mismo tiempo los medios defienden y reivindican su labor informativa como un servicio a la sociedad. En este sentido la objetividad ha permitido a los medios masivos de comunicación reforzar su rol de informadores asegurando los beneficios económicos sin que su carácter comercial sea explícito. Por esta razón es necesario sensibilizar a la población respecto a lo que significa la objetividad en términos de práctica profesional resaltando que la objetividad no significa ausencia de subjetividad sino que se trata de una forma de redactar la información en la que la intervención del periodista como individuo se oculta.

PALABRAS CLAVE: objetividad, contrato de información, prensa de opinión, prensa de información, práctica profesional periodística.

TÍTULO: La justicia mediática no es justicia

AUTOR: Guillermo Tenorio Cueto, Universidad Panamericana, Campus Cd. de México, Director del Doctorado en Derecho y Secretario académico del Posgrado en Derecho

ÁREA DEL CONGRESO: D. Ética y Excelencia informativa. La deontología periodística frente a las expectativas de los ciudadanos

RESUMEN

El presente trabajo aborda las consecuencias de llevar al ámbito de los medios masivos de comunicación el ejercicio de la justicia. En ese sentido y tomando como punta de partida las construcciones y valoraciones que hacen de la realidad los informativos se pretende evidenciar la carencia de sentido de justicia que dichas presentaciones tienen y con ello el daño que pueden causar en las personas afectadas por la divulgación de las informaciones basadas en suposiciones y valoraciones gratuitas. En un primer momento se aborda la idea o noción de sentencias mediáticas analizando su construcción y alcances. El segundo apartado del trabajo aborda la noción de justicia y su tratamiento a efecto de descartar al juicio mediático como fenómeno vinculado a esta noción. En un tercer apartado se analiza la sentencia mediática como una necesidad antropológica de justicia pero desligada de esta noción y por último se aborda la responsabilidad de los medios en el tratamiento de estas valoraciones y sus consecuencias.

Objetivo, metodología y avance de conclusiones. El presente trabajo tiene como objetivo delimitar los alcances y responsabilidades de la función periodística en torno a las informaciones vertidas en el tratamiento de hechos que, desde los medios, son tratados con matices de "juridicidad". La metodología empleada es por una parte indirecta en cuanto al soporte bibliográfico que respalda la investigación y por otra directa analizando diversos casos de sentencias mediáticas producidas por los medios. Las conclusiones a las que llegará la investigación es demostrar que estas valoraciones de los medios son requeridas por el auditorio por una necesidad antropológica de justicia más no constituye un acto de justicia en sí. A la par se pretende demostrar la irresponsabilidad mediática de la emisión de estas valoraciones apuntando hacia un mejor tratamiento de la información.

PALABRAS CLAVE: Justicia mediática