

JORNADAS

---

## La **protección del derecho** a la **propia imagen** en los medios de comunicación







JORNADAS

---

# La protección del derecho a la propia imagen en los medios de comunicación

## **Ponentes:**

Luis Escobar de la Serna

*Catedrático de Derecho de la Información de la Universidad San Pablo-CEU*

Vincenzo Ferrari

*Catedrático de Filosofía del Derecho de la Universidad de Milán*

*Decano de la Facultad de Derecho*

Victoria Camps

*Vicepresidenta del Consell de l'Audiovisual de Catalunya*

*Catedrática de Filosofía Moral y Política de la Universidad Autónoma de Barcelona*

Tico Medina

*Periodista*



Consejo  
Audiovisual  
de Navarra

**COLECCIÓN**  
**“PUBLICACIONES DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE NAVARRA”**

1. La imagen de la juventud en la publicidad televisiva (Informe, mayo de 2005)
2. La protección del derecho a la propia imagen en los medios de comunicación (Jornadas, octubre de 2003)

Aunque el Derecho a la Propia Imagen tiene su primer reconocimiento en el Derecho Romano y con el paso del tiempo se confirmó como el derecho de la persona a decidir sobre la comunicación de su imagen física, a principios del siglo XXI su vulneración en los medios de comunicación se ha convertido, lamentable e impunemente, en una práctica habitual.

Con el propósito de establecer su delimitación conceptual y su contenido básico en un entorno audiovisual especialmente agresivo, los días 30 y 31 de octubre de 2003, se celebró en Pamplona el curso de otoño *Jornadas sobre la protección del derecho a la propia imagen en los medios de comunicación*. Realizado en el marco del programa "Aula Abierta" de la Universidad Pública de Navarra, el curso fue organizado por el Consejo Audiovisual de Navarra y la Fundación Universidad-Sociedad.

Las Jornadas se desarrollaron a través de conferencias y mesas redondas en las que intervinieron reconocidas autoridades académicas en la materia, expertos y periodistas que disertaron y debatieron acerca del contenido esencial del derecho a la propia imagen y del derecho a la información, consagrados respectivamente en los artículos 18 y 20 de la Constitución Española, y el supuesto conflicto que la difusión de información puede plantear entre estos dos derechos fundamentales. También surgieron otras cuestiones colaterales como la deontología periodística, la proliferación de programas del "corazón" en las parrillas de las principales cadenas de televisión, la legalidad y legitimidad de la utilización de la cámara oculta para la realización de reportajes de investigación, el papel que desempeñan los organismos reguladores y la autorregulación de los operadores audiovisuales.

La actualidad de los asuntos tratados y su relación con otros derechos, como los que defienden el honor y la intimidad de las personas, otorgó aún más interés a las Jornadas, que se manifestó en la numerosa asistencia de participantes. Esta publicación transcribe las cuatro principales lecciones impartidas en el curso.

Luis Escobar de la Serna, director académico de las Jornadas y catedrático de Derecho de la Información de la Universidad San Pablo-CEU, analizó “Los organismos de autocontrol audiovisuales” y su labor en la protección de los derechos de los usuarios de los medios de comunicación; su reciente fallecimiento nos obliga a recordarle sentidamente y a ofrecerle esta publicación como nuestro particular homenaje.

Vincenzo Ferrari, catedrático de Filosofía del Derecho y decano de la Facultad de Derecho de la Università degli Studi de Milán, trazó los “Postulados esenciales del derecho a la propia imagen”.

Victoria Camps, catedrática de Filosofía Moral y Política en la Universidad Autónoma de Barcelona y vicepresidenta del Consell de l’Audiovisual de Catalunya, estudió la relación entre “Ética y televisión”, prestando especial atención a la protección de la intimidad de las víctimas de tragedias personales.

El reconocido periodista Tico Medina, por su parte, perfiló los “Límites y principios éticos en la información de sociedad” y subrayó la responsabilidad que deben ejercer los periodistas.

Las aportaciones realizadas por otros participantes en el curso –miembros de autoridades reguladoras como Francesc Codina o Margarida Moles; académicos y profesionales como Teodoro González Ballesteros, Ana Azurmendi, Ignacio Gordillo, Javier Cremades y Leopoldo Abad Alcalá; periodistas como Fernando Rodríguez Lafuente, Gabriel Pérez, Jaime Peñafiel, Rosa Ballarín, Cuca García de Vinuesa, Antonio Montero y Jesús Artigas– contribuyeron a traer luz a la complicada tarea de compatibilizar el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la información, con la protección del derecho a la propia imagen.

El Consejo Audiovisual de Navarra, en su función de velar por el cumplimiento de la legislación vigente para que los medios audiovisuales navarros respeten los valores y principios constitucionales, espera haber contribuido a la clarificación de las prácticas periodísticas necesarias para que se produzca una comunicación guiada por el respeto a los derechos fundamentales.



Consejo  
Audiovisual  
de Navarra

# ÍNDICE

*Luis Escobar de la Serna*

<b>Los consejos del audiovisual y la protección de los derechos fundamentales</b> .....	9
El Consejo Audiovisual de Navarra, el Consell de l’Audiovisual de Catalunya y la protección de los derechos de los usuarios de los medios de comunicación .....	16

*Vincenzo Ferrari*

<b>Entre imagen e identidad. Hipótesis sobre la construcción social de derechos</b> .....	23
El derecho a la imagen .....	27
El derecho a la intimidad .....	30

*Victoria Camps*

<b>Ética de la televisión y la comunicación</b> .....	37
La protección de la intimidad de las víctimas de tragedias personales ....	42

*Tico Medina*

<b>Límites y principios éticos de la comunicación</b> .....	49
La responsabilidad de los periodistas .....	56

<b>Bibliografía</b> .....	61
---------------------------	----



---

# **LOS CONSEJOS DEL AUDIOVISUAL Y LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS FUNDAMENTALES**

**Luis Escobar de la Serna**

*Catedrático de Derecho de la Información  
de la Universidad San Pablo-CEU*



Si pensamos en el inmenso poder social de los medios de comunicación es lógico considerar las necesarias exigencias de responsabilidad moral de quienes intervienen en la búsqueda, selección y difusión de las informaciones y opiniones, mensajes e imágenes. Por eso se ha dicho que el grado de responsabilidad de cualquier agente ha de ser al menos proporcional a su poder de influencia. Y si los medios –y muy especialmente el mundo audiovisual– están marcando las formas de pensar y de vivir de una gran parte de la población mundial, la revisión crítica de esta actividad profesional y del operativo que la envuelve, es obligadamente necesaria. Si los periodistas, comunicadores, operadores y empresas ejercen una tan considerable influencia, es natural que se les pueda exigir por ello un alto grado de responsabilidad moral.

Las comisiones de autocontrol deontológico son el inicio, el sustrato, de este movimiento hasta llegar a los consejos de prensa que, siguiendo el modelo de Suecia, que lo creó en 1916, o del “British Press Council”, fundado en 1953 en su estructura inicial, como es sabido, por Sir William David Ross, se han mantenido como modelo de los establecidos hasta la fecha.

Los consejos del audiovisual contienen, en efecto, no pocos de los elementos que caracterizan a los consejos de prensa, empezando por la protección del ejercicio de la libertad de expresión, su composición en términos generales y muchas de sus funciones. Pero persiguen un objetivo distinto, que se ha ido forjando desde el inicio del autocontrol dirigido a la protección de los intereses de la sociedad y los derechos de editores y periodistas, a uno mucho más amplio que, reconociendo el carácter estratégico y prioritario del sector audiovisual por su relevancia social, económica y cultural, se constituye en garante de la adecuación de los contenidos y de la calidad de los servicios prestados por los medios audiovisuales.

Todas las normas legales que crean o establecen los consejos del audiovisual resaltan, en efecto, la trascendencia de estos medios en la vida contemporánea. Lo resume muy bien, a modo de ejemplo, el Decreto 52/2000 de 7 de febrero, que

regula el Consejo Superior Andaluz del Audiovisual, cuando destaca que el desarrollo de este sector es un fenómeno cultural, social y económico, que no es indiferente a ningún estamento, ya sea público o privado, que está adquiriendo en nuestra sociedad una importancia creciente por sus posibilidades de difusión cultural, de generación de empleo y, en general, por la trascendencia que éste tiene para la potenciación de la economía.

Sin embargo, se añade, el sector audiovisual se caracteriza por su especial y compleja idiosincrasia en la que se interrelaciona la creatividad con aspectos industriales, el entretenimiento y la educación, la cultura y el mundo del negocio. Todo lo cual exige una amplia diversificación de las medidas de apoyo, una fuerte y permanente inversión y la implicación de numerosos y diferentes agentes. Esta es la razón por la que las distintas políticas que vienen llevándose a cabo desde instituciones comunitarias y nacionales tienen prácticamente en todos los niveles un marcado carácter complementario, no sólo por las particularidades anteriormente citadas sino por la imposición competitiva del mercado mundial, así como la consiguiente necesidad de integrarse y adaptarse al nuevo marco económico global europeo.

Del mismo modo, la Ley 6/1999, de 1 de septiembre del Audiovisual de Galicia, considera que todos los elementos que conforman el campo del audiovisual están situándose en un primer plano dentro de los sectores industrial y económico en todo el mundo, generando en las últimas décadas un gran volumen de negocio y de empleo directo o indirecto, así como desarrollando de forma paralela nuevos sectores de la enseñanza universitaria, profesional y de investigación.

Por otra parte, es necesario articular los mecanismos para que todos puedan tener acceso a un sector audiovisual que favorezca el aumento y la mejora de sus capacidades y posibilidades de información y comunicación. Asimismo, siempre con respecto a la libertad de expresión y creación, es preciso establecer unos principios recogidos en la Constitución y en el Estatuto de Autonomía, que serán armónicos con el marco legislativo vigente.

También para la Ley 2/2001, de 18 de abril, de Contenidos Audiovisuales y Servicios Adicionales de la Comunidad de Madrid, los actuales medios de comunicación social y los servicios adicionales conexos constituyen uno de los pilares del desarrollo en la sociedad de la información que pueden contribuir a reforzar la estructura económica y social de un determinado territorio, porque ofrecen numerosas posibilidades para la aparición de nuevas formas de actividad

productiva y la creación de empleo. Por otra parte, la mejora de las técnicas de compresión de datos, en lo que se refiere al aprovechamiento del espectro radioeléctrico, unida a la utilización de la fibra óptica para las comunicaciones de cable, permiten una amplia variedad de servicios distintos de la televisión que, sin duda, van a contribuir a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

Por último, para la Ley Foral 18/2001, de 5 de julio, por la que se regula la actividad audiovisual en Navarra y se crea el Consejo Audiovisual de Navarra, el proceso de liberalización de las telecomunicaciones, unido al avance tecnológico en el sector audiovisual, ha aumentado de manera significativa la oferta de servicios de radiodifusión televisiva y sonora tanto en el ámbito del Estado como en el de las Comunidades Autónomas, lo que obliga a adoptar las medidas oportunas al efecto de cubrir las nuevas necesidades y, en definitiva, aquellas que se vayan creando en un futuro, desde el momento en que la utilización de las nuevas tecnologías es de trascendental importancia tanto en el ámbito económico y social, como en el cultural y de ocio, teniendo en cuenta la gran influencia de los medios de comunicación en el conjunto de la sociedad.

Así pues, este aspecto técnico y su enorme influencia económica y social se unen a los culturales y recreativos formando un todo indivisible que en modo alguno escapa al legislador al tener en cuenta los muy diversos aspectos que el asunto comporta.

De esta premisa, que encierra graves complejidades, se deduce una primera cuestión esencial en el análisis de los consejos audiovisuales y de sus funciones: y es que, salvo el de Cataluña, todas las disposiciones legales que crean o establecen los consejos del audiovisual, se refieren también, y en primer lugar, a la aprobación de programas de apoyo al sector (Galicia) o a regular la actividad audiovisual (Navarra) y servicios adicionales (Madrid).

En segundo lugar, y con las excepciones de Cataluña y de Navarra, los Consejos del Audiovisual autonómicos carecen de carácter ejecutivo y constituyen más bien órganos de asesoramiento de los Gobiernos regionales respectivos e instrumentos al servicio del arbitraje para la resolución de conflictos.

Siguiendo el orden cronológico de su nacimiento, el Consejo Asesor de las Telecomunicaciones y del Audiovisual de Galicia se configura en el capítulo IV de la Ley 6/1999, de 1 de septiembre, del Audiovisual de Galicia, "como un órgano de integración y participación de las instituciones, empresas, agentes y entidades directamente relacionadas en los referidos sectores, operadores y usuarios, que

actuará con carácter consultivo y asesor para la administración y de mediación para el arbitraje y autocontrol entre los que voluntariamente se sometan a estos procedimientos” (artículo 13.1).

A su vez, el Consejo Superior Andaluz del Audiovisual se crea “como órgano colegiado de carácter consultivo de la Administración de la Junta de Andalucía”, siendo sus fines “los de estudiar la actividad audiovisual, en sus múltiples manifestaciones, y constituir el marco de diálogo y consulta, en relación con la política audiovisual de Andalucía” (artículo 19. 1 y 2).

Por su parte, la Ley 2/2001, de 18 de abril, de Contenidos Audiovisuales y Servicios Adicionales, en la que la Comunidad de Madrid incluye la creación del Consejo Audiovisual, ya indica claramente su principal preocupación: “fomentar, por un lado, la fabricación y distribución de nuevos equipos de telecomunicaciones y, por otro, la creación y distribución de los contenidos audiovisuales cuyo mercado crece de forma continuada, lo que, a su vez, exige una regulación que vele por los intereses generales de los ciudadanos que van a ser usuarios y consumidores de esos nuevos servicios”, incluidos los de menores, y “garantizar los principios de neutralidad, transparencia y no discriminación en el mercado de las telecomunicaciones por cable”, subrayando específicamente que en ambas vertientes está llamado a jugar un papel destacado el Consejo Audiovisual de la Comunidad de Madrid, que se configura como órgano de participación, asesoramiento y vigilancia”.

Por último, la Ley Foral 18/2001, de 5 de julio, por la que se regula la actividad audiovisual en Navarra y se crea el Consejo Audiovisual de Navarra, sigue idéntico camino a las anteriores al incluir en una misma norma jurídica ambas cuestiones, la regulación del audiovisual y el Consejo, pero establece una diferencia sustancial, y es que el Consejo Audiovisual de Navarra se crea no como una entidad asesora, sino “como órgano independiente encargado de garantizar y proteger el respeto a los valores y principios constitucionales, y en especial, la protección del pluralismo, la juventud y la infancia”.

Igualmente, “es el órgano encargado de garantizar los derechos de los usuarios de la comunicación social y en este sentido velará por la transparencia en la titularidad de los medios audiovisuales y hará las funciones de órgano mediador entre los intereses de la industria audiovisual y los intereses socioculturales”. Además, “es también el órgano competente para velar por el cumplimiento de la legislación, las reglamentaciones y cualesquiera otras normas reguladoras de la

producción, programación y publicidad, en el sector audiovisual de Navarra” (artículo 20.1.2 y 3).

En cuanto a su naturaleza y régimen jurídico, se configura como un ente de derecho público, con personalidad jurídica propia, independiente de las Administraciones Públicas, con plena capacidad y autonomía orgánica y funcional para el ejercicio de sus funciones (artículo 21.1).

El modelo seguido por Navarra es sin duda el adoptado por la Ley 2/2000, de 4 de mayo del Consejo del Audiovisual de Cataluña, donde es definido como órgano independiente con competencias reguladoras y sancionadoras sobre los contenidos del sector audiovisual de Cataluña, que se convierte así en la autoridad audiovisual de Cataluña y en el encargado de velar por el cumplimiento de la legislación y las directivas de las distintas administraciones que tienen competencia en ello, desde las europeas hasta la catalana, así como en el encargado de velar por el pluralismo interno y externo de los medios, la honestidad informativa, el cumplimiento de la misión de servicio público de los medios dependientes de las distintas administraciones y la diversidad accionarial de los medios privados.

Desde esta perspectiva, el Consejo del Audiovisual de Cataluña “es un ente público de carácter institucional que, como autoridad independiente dotada de personalidad jurídica propia y plena capacidad de obrar, tanto en el ámbito público como en el privado, actúa con plena independencia de las administraciones públicas en el ejercicio de sus funciones”.

En el marco de las competencias de la Generalidad, el Consejo “vela por el respeto de los derechos y libertades que, en el ámbito de los medios de comunicación audiovisual de radiodifusión sonora, televisión y cualquier otro sistema de transmisión de sonido e imagen, son reconocidos en la Constitución y el Estatuto de Autonomía, y, especialmente, garantiza el cumplimiento de la normativa reguladora de la programación y la publicidad, y de las condiciones de las concesiones, así como el cumplimiento de la eficacia y observancia de la normativa europea y de los tratados internacionales relativos a la materia. El Consejo vela, asimismo, por el pluralismo político, religioso, social, lingüístico y cultural en el conjunto del sistema audiovisual en Cataluña, por la neutralidad y honestidad informativas y preserva el cumplimiento de las normas relativas al uso de la lengua catalana y el impulso del aranés”.

## **El Consejo Audiovisual de Navarra, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya y la protección de los derechos de los usuarios de los medios de comunicación**

Como puede apreciarse, la amplitud y extensión de la protección de los derechos de las personas como base del funcionamiento de los consejos del audiovisual es enorme. De hecho, su carácter consultivo o ejecutivo no tiene por qué afectar a la efectividad en el cumplimiento de sus cometidos. Sin embargo, el carácter independiente con respecto al Gobierno Autónomo y el carácter ejecutivo de los Consejos de Navarra y Cataluña les dota de una fuerza práctica directa que refuerza su eficacia.

Así, el primero de ellos establece, en cuanto a los principios de la programación, que las emisiones de las entidades o concesionarios que prestan los servicios de televisión y de radiodifusión sonora deben ajustarse a los siguientes principios (artículo 3):

- a) El respeto a la dignidad de la persona, a sus derechos y al libre desarrollo de su personalidad, garantizando la libertad ideológica, cultural, social, religiosa y de culto y el derecho a expresar, difundir y comunicar o recibir libremente los pensamientos, ideas y opiniones, sin más limitaciones que las que establezcan las leyes orgánicas que regulen tales derechos y libertades fundamentales.
- b) El respeto a los valores y principios que informan la Constitución Española y la normativa vigente de la Comunidad Foral, entre los que son de destacar el respeto al honor, la intimidad, la propia imagen, la fama, la vida privada de las personas, así como los derechos y libertades que reconoce y garantiza el texto constitucional.  
(...)
- d) El respeto al pluralismo político, religioso, social, cultural, ideológico y lingüístico.
- e) La objetividad, veracidad e imparcialidad de las informaciones, así como la separación entre informaciones y opiniones, la identificación de quienes sustenten estas últimas y su libre expresión con los límites del apartado 4 del artículo 20 de la Constitución Española.
- f) La protección de la juventud y de la infancia, de conformidad con lo establecido en la normativa vigente.  
(...)

- h) El respeto al principio de igualdad ante la Ley sin que pueda prevalecer discriminación alguna por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social.

En términos muy similares a los aquí enumerados se pronuncia el Consejo del Audiovisual de Galicia, con algunas adiciones de interés como la defensa y preservación del medio ambiente y la promoción de los principios generales de la acción institucional y de los intereses locales.

Por su parte, la actuación del Consejo del Audiovisual de Cataluña y la de sus miembros debe inspirarse siempre en el respeto de los principios de libertad de expresión, difusión, comunicación e información y en la compatibilidad de dichos principios con los de pluralismo, neutralidad, honestidad informativa y libre concurrencia en el sector del audiovisual, velando para que los operadores en su actividad se adecuen a los establecidos en la Ley y a la efectividad de la normativa reguladora en materia de comunicación audiovisual y de publicidad. El Consejo, en sus funciones reguladoras y sancionadoras, debe inspirarse además en el criterio de proporcionalidad entre las medidas adoptadas y las conductas de los operadores y en la promoción de la autorregulación de los mismos (artículo 9).

En el ámbito de protección hay también dos casos diferenciados en todos ellos. De un lado, la que se refiere a las labores de asesoramiento al Gobierno, la elaboración de informes y dictámenes sobre proyectos, disposiciones, propuestas de los pliegos de condiciones, instrucciones a los operadores y otras de carácter técnico y general; y de otro, como se ha visto, la protección directamente referida a los usuarios en el amparo y defensa de la legislación vigente, desde la propia Constitución a las leyes específicas sobre la materia, de cualquier ámbito de aplicación geográfico o territorial, velando por el cumplimiento de lo establecido en la normativa reguladora del sector audiovisual y por la defensa de los principios que la informan y, en particular, asegurando la observancia de los principios del pluralismo político, social, religioso, cultural y de pensamiento, así como protegiendo los derechos de las minorías, la infancia, la juventud y la dignidad de las personas, tanto en la programación como en los contenidos publicitarios. En el campo estricto de la defensa de la juventud y de la infancia, deben recordarse dos disposiciones específicas: la Ley 8/1995, de 27 de julio, de la Generalidad de Cataluña, de atención y protección de los niños y los adolescentes, y la Ley 6/1995, de 28 de marzo, de garantías de los derechos de la infancia y la adolescencia en la Comunidad de Madrid, así como el documento del grupo de trabajo "Infancia y Juventud" del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, sobre "Los

valores y los contenidos de los programas de televisión dirigidos a niños y jóvenes”, que establece toda una serie de recomendaciones agrupadas en tres apartados principales:

1. Valores que hacen referencia al respeto entre las personas y a los conflictos sociales.
2. Valores que hacen referencia al respeto al medio ambiente.
3. Valores que hacen referencia a la identidad personal, por ejemplo, presentando positivamente personajes que adopten actitudes optimistas, manifiesten confianza en sí mismos y resuelvan las dificultades que se les presenten con su esfuerzo personal y el desarrollo de sus potencialidades.

Por último, el “Forum de las personas usuarias del audiovisual” ha elaborado el documento ‘Derechos de las personas usuarias de los medios audiovisuales’, que recoge un conjunto de derechos con objeto de divulgar y facilitar el conocimiento de la abundante y dispersa reglamentación en materia de defensa de los derechos de los usuarios de los medios de comunicación, así como dar a conocer los mecanismos para tramitar los procesos de reclamación cuando se considere que se han incumplido las normas que regulan los contenidos audiovisuales. Este documento quiere servir también de orientación a los diferentes agentes que intervienen en el proceso de producción, emisión y recepción televisiva con objeto de profundizar en el conocimiento del impacto de los efectos de la televisión en los telespectadores y promover su uso adecuado.

La “Carta de los derechos de las personas usuarias de los medios audiovisuales” se basa en la Declaración Universal de Derechos Humanos que ampara los derechos a la libertad de expresión y de información, a la salud, a la seguridad, a la pluralidad social, lingüística y cultural, a la no discriminación, al derecho a la dignidad, al honor y a la intimidad y al derecho a la propia imagen, derecho que también protegen la Constitución Española, el Estatuto de Autonomía de Cataluña y la misma Ley 2/2000 de constitución del Consell de l’Audiovisual de Catalunya.

Por otra parte, en la legislación vigente existe una diversidad de normativas que, directa o indirectamente, hacen referencia a los derechos de las personas usuarias de los medios de comunicación. Por eso, el Consell de l’Audiovisual de Catalunya, juntamente con las organizaciones de consumidores, especialistas del mundo académico, responsables de la Administración Pública, los operadores del sector de la comunicación, sindicatos y otras entidades, han elaborado esta “Carta”

que, difundida entre la población en general, sirva para facilitar la participación ciudadana y conseguir unos medios de comunicación de calidad.

Estos derechos son:

### *I. Derecho a la información*

La información difundida por los medios audiovisuales ha de ser veraz y contrastada, plural desde el punto de vista social, cultural y político, y objetiva en el sentido de que separe adecuadamente la información de la opinión.

Los medios audiovisuales han de diferenciar los mensajes publicitarios, promocionales y de televenta del resto de los contenidos audiovisuales. La publicidad ha de cumplir los requisitos que la Ley señala y que los operadores han de respetar.

Los ciudadanos tienen derecho a recibir información sobre la programación de las diferentes cadenas con suficiente antelación.

Las innovaciones técnicas asociadas a la digitalización han de ser utilizadas para facilitar el acceso a la oferta audiovisual en general, así como para atender las necesidades de las personas con discapacidad auditiva.

### *II. Derecho a la protección de los valores constitucionales*

Las televisiones y emisiones de radio han de defender y promover los valores constitucionales de igualdad, de solidaridad y de no discriminación por razones de raza, sexo, religión, nacionalidad, opinión o cualquier otra circunstancia personal o social, o cualquier otra situación prevista en la legislación vigente, así como no fomentar el odio, el desprecio, la violencia o la crueldad.

Los ciudadanos tienen derecho a recibir información en su propia lengua y a la difusión de la cultura de su país.

Toda persona tiene derecho a la defensa de su honor y su intimidad, así como a la rectificación de informaciones inexactas sobre hechos que le aludan.

Los medios audiovisuales han de respetar y proteger los datos personales y tener especial cuidado con los usos de los sistemas digitales e interactivos.

La defensa de los derechos y la promoción de los valores mencionados afectarán tanto a la forma como a los contenidos informativos, formativos, publicitarios o de entretenimiento.

### *III. Derecho a la protección de la infancia y de la adolescencia*

Las emisiones audiovisuales han de respetar el principio constitucional de protección de la infancia y de la juventud, especialmente en lo que respecta a escenas o mensajes que puedan perjudicar su desarrollo físico, mental y moral.

La protección de la infancia y la juventud debe hacerse efectiva mediante la obligación de no emitir en horarios protegidos contenidos de sexo o de violencia expresa o incitación a conductas antisociales y la aplicación de la clasificación por edades mediante señales acústicas u ópticas.

La infancia ha de ser especialmente protegida de los mensajes publicitarios o promocionales que pretendan aprovecharse de su inexperiencia y credulidad, incitar directamente a los menores a la compra de productos, mostrarlos en situaciones peligrosas o de riesgo, así como usar indiscriminadamente su imagen en productos y servicios no destinados a la población infantil.

### *IV. Derecho a la salud y a la seguridad*

La comunicación audiovisual no ha de poner en peligro la salud física y psíquica de las personas o su seguridad.

Los medios audiovisuales no han de emitir conductas que fomenten, directa o indirectamente, el consumo de tabaco, alcohol, drogas, medicamentos o tratamientos médicos.

Las emisiones audiovisuales fomentarán el respeto a las personas, a los animales y al medio ambiente, así como la seguridad vial.

Deberán evitarse los contenidos que fomenten estereotipos que puedan incitar a conductas antisociales y violentas, así como los que provoquen discriminación de sexo y manipulen la realidad provocando situaciones de peligro o de riesgo físico y psicológico a las personas a las que están dirigidos.

### *V. Derecho de acceso*

La sociedad civil en su pluralidad, de acuerdo con criterios de representatividad y atendiendo al respeto a las minorías, tiene el derecho de acceder y participar en los medios audiovisuales. Este derecho de acceso ha de procurarse especialmente en los medios de comunicación públicos y en los programas de interés social y de formación.

Los medios audiovisuales tienen la obligación de difundir espacios de relevancia y de interés social que favorezcan la cohesión y la vertebración de una opinión pública fundamentada.

Para cumplir su papel de servicio público, los medios han de garantizar la posibilidad de acceso universal a una oferta audiovisual, plural en sus contenidos y tecnológicamente avanzada.

#### *VI. Derecho a la representación, a la consulta y a la participación*

Las personas usuarias de los medios audiovisuales tienen derecho a la participación en el mundo audiovisual, muy especialmente en lo que se refiere a los consejos asesores de las televisiones y emisoras de radio de titularidad pública. Con carácter general, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya facilitará esta participación a través del "Foro de Entidades de personas usuarias del Audiovisual", creado a tal efecto.

La participación social se concretará con la creación de grupos de trabajo, facultados para elaborar informes preceptivos sobre aspectos como la evolución de la oferta y la demanda televisiva y las programaciones de los medios públicos, entre otros.

Sería deseable que esta participación se haga extensiva a todos los medios de comunicación audiovisuales.

#### *VII. Derecho a la formación y a la educación*

Los medios audiovisuales tienen la obligación de difundir espacios educativos y formativos y, muy especialmente, los que se dirijan a la infancia y a la juventud, procurando emitirlos en franjas horarias adecuadas.

En estos espacios deberán incluirse los dedicados a la formación de las personas como televidentes, para conseguir una mejor utilización de los medios de comunicación.

#### *VIII. Derecho a reclamar*

Los poderes públicos tienen la obligación de vigilar el cumplimiento de la normativa relativa a los medios audiovisuales, mediante el control y la posterior sanción en caso de incumplimiento, así como la de dar respuesta a estas reclamaciones.

Las personas usuarias de los medios audiovisuales tienen derecho a formular sus reclamaciones o sugerencias cuando consideren que se han vulnerado algunos de sus derechos y por incumplimiento de las normas que regulen los contenidos audiovisuales. Tales reclamaciones pueden hacerse por vía administrativa ante la Oficina de Defensa de la Audiencia del Consell de l'Audiovisual de Catalunya; por la vía de la jurisdicción ordinaria o judicial; y por la vía de la mediación o conciliación a través de instancias arbitrales o de los organismos profesionales de autorregulación.

Si bien es cierto que la legislación contempla con generosidad la protección de los oyentes y espectadores, no lo es menos que no puede dejar de extremarse el rigor en la aplicación de la misma y en la sanción justa ante la posible desviación de conductas. En este sentido, el efecto positivo de la existencia de los consejos del audiovisual es innegable. Pero sobre la vigilancia constante de los contenidos y la exigencia rigurosa de sus niveles éticos y legales, el consejo del audiovisual debe tener una función añadida, no escrita acaso en sus normas de creación, que es la observancia constante de los movimientos sociales, del modo permanente en que la sociedad evoluciona y se manifiesta, para detectar el sentido de esos cambios y las necesidades reales de esa sociedad en evolución a la que el consejo del audiovisual debe servir y proteger. De otro modo puede imperceptiblemente desviarse el formidable papel que los consejos del audiovisual están desempeñando en el desarrollo económico y moral de la sociedad contemporánea.

---

**ENTRE IMAGEN E IDENTIDAD.  
HIPÓTESIS SOBRE LA  
CONSTRUCCIÓN SOCIAL  
DE DERECHOS**

**Vincenzo Ferrari**

*Catedrático de Filosofía del Derecho  
de la Universidad de Milán  
Decano de la Facultad de Derecho*



Es increíble cómo cambia la comunicación de semana en semana, pero también lo es cómo lo hace la reflexión doctrinal y judicial sobre el tema de la imagen. Voy a hacer unas reflexiones, no sé si muy originales, pero seguro que un tanto libres. Muchas de ellas ya han sido realizadas con anterioridad y son compartidas por muchos colegas míos que han escrito más que yo sobre el tema que estamos tratando.

Las reflexiones que les presento, quiero decirlo como una primera premisa, tienen más un carácter sociológico-jurídico que filosófico-jurídico, aunque las dos esferas se encuentran, tanto en Italia como en España, muy próximas. Lo que más me interesa en este momento es reflexionar sobre el tema de la cultura jurídica con el sentido que se puede encontrar en un libro de un destacado catedrático estadounidense, Lawrence M. Friedman; en una obra sobre el sistema jurídico, publicada en 1975, distingue la cultura jurídica en “externa” e “interna”: es decir, la cultura jurídica de la gente y la de los operadores, de los propios juristas, en una visión general que concibe el sistema jurídico como una especie de conjunto en el que entran *inputs* y donde salen *outputs*, creando también efectos de *feedback*.

Esto es lo que más me interesa, pues el derecho a la propia imagen, desde el punto de vista italiano como lo he estudiado durante casi treinta años, se reduce a una especie de movimiento de impulsos sociales que se convierten en conceptos; y estos conceptos se convierten en normas por, y gracias a, la actividad de actores sociales. Hay que ver quiénes son los actores y cuáles son, naturalmente, los problemas que plantea todo este movimiento.

Este tema es, por tanto, sumamente simbólico desde el punto de vista de la cultura jurídica, pues estamos, como ya he dicho, ante cambios permanentes en la sociedad tecnológica. Quizá no haya ningún otro marco donde los cambios sean tan frecuentes y tan importantes como en éste, sobre todo a causa del inmenso

desarrollo que han tenido los medios audiovisuales en los últimos años, especialmente en la informática y en Internet.

Otra premisa que quiero presentar de manera breve es que afortunadamente no hay diferencias semánticas graves entre los idiomas jurídicos. Esto es una excepción, ya que, normalmente –sobre todo cuando queremos traducir conceptos de *common law* en conceptos de *civil law*– el problema es muy serio. Hay muchas palabras anglosajonas de *common law* que no tienen una traducción en idiomas que aplican el *civil law* de tradición romana; hasta tal punto es así que los diccionarios no traducen estas palabras sino que las “explican”. No hace falta poner ejemplos.

Este no es el caso que estamos tratando hoy. Afortunadamente, el derecho a la imagen, a la propia imagen, se corresponde básicamente al *right to one's image* en inglés, al *droit de l'image* en francés, etcétera. Ocurre lo mismo con el derecho a la identidad, cuya relación con el derecho a la imagen, como diré de inmediato, es precisamente el tema que voy a plantear y que, en mi opinión, aunque se haya tratado bastante, no ha sido suficiente. Naturalmente a veces hay diferencias en cómo se tratan estos conceptos; por ejemplo, en Francia los derechos se enfrentan a una mayor rigidez y se da una cierta preferencia al derecho a la información, al derecho a la libre expresión y a la información. En Alemania ocurre lo contrario: hay una tendencia a una mayor protección del derecho a la imagen. Sin embargo, estas diferencias fundamentalmente vienen de la cultura, de la tradición cultural de cada país en el marco de los derechos subjetivos. Sin embargo, no hay diferencias semánticas graves y tampoco creo que haya diferencias fundamentales de tratamiento. Esto nos hace pensar, por ejemplo, que en temas que tienen una dimensión global, transnacional, como éste, hoy en día se da una mayor convergencia entre los sistemas jurídicos de lo que ocurría en los siglos pasados.

La tercera y pequeña premisa que quiero presentar hace referencia a una hipótesis socio-jurídica que quisiera plantear en el marco de la cultura jurídica: que hay una convergencia conceptual, semántica –o semántico-pragmática– entre el derecho a la imagen y el derecho a la identidad y que esto puede provocar consecuencias. Por tanto haré referencia a casos, con un enfoque fundamentalmente italiano, relativos al derecho a la propia imagen y al derecho a la identidad, para demostrar cómo ambos pueden converger, aunque existan, también en la doctrina jurídica de mi país, muchas dudas sobre esta posibilidad. Además, propondré unos ejemplos, también italianos, aunque si realizamos una pequeña búsqueda en Internet encontraremos ejemplos muy parecidos en cualquier

otra cultura. Yo realicé este experimento y vi que, por ejemplo, en Canadá hay casos similares a los nuestros y también en Francia, Alemania e Inglaterra.

## El derecho a la imagen

Originalmente en Italia el derecho a la imagen sólo significaba una disposición del artículo 10 de nuestro Código Civil y una disposición de los artículos 96 y 97 de la Ley especial de 1941 sobre derechos de autor. Quiero decir que la imagen, tal como yo la concebía en mi época de estudiante entre los cincuenta y los sesenta del siglo pasado, no era más que un icono, en el sentido propio de la palabra, es decir, un retrato, una fotografía, una película explotable económicamente, un derecho disponible, muy específico y secundario dentro del marco de los derechos subjetivos, con relación, especialmente, a los derechos fundamentales reconocidos y protegidos por la Constitución Italiana de 1948. Era un “derecho de protección contra los abusos”, fundado en el principio según el cual cada ciudadano tiene derecho a explotar su propia imagen y nadie tiene derecho a abusar de esa imagen sin el consentimiento previo de su titular.

Es obvio que ya en este sentido estricto el derecho a la imagen significaba algo más que el tema clásico del honor y de la difamación. Eso es algo que siempre se contempló. Es decir que la ley civil italiana ya reconocía que la imagen es algo distinta y quizá más específica que el propio honor, que goza históricamente de una protección “fuerte” a través del derecho penal. De la imagen hay que hacer un uso correcto y este uso correcto tal vez necesita de un consenso para hacerse. Naturalmente hay una excepción, reconocida en el sistema jurídico de cualquier país: no hace falta un consenso en el caso de las, así dichas, “personas públicas”, aquellas que actúan en público –aunque en este concepto exista cierta “penumbra” conceptual, como diría Herbert Hart.

¿Qué significa actuar en un marco público? ¿Qué significa que una persona pública actúe públicamente? Y podríamos abrir un paréntesis para reflexionar sobre el hecho de que, ya en este sentido estricto, la imagen no es un concepto simple sino que es un concepto complejo y, sobre todo, reflexivo. Pensemos en el desdoblamiento de imagen. Una actriz como Liz Taylor, por ejemplo –y es un caso que se planteó en la jurisprudencia italiana– como mujer famosa que tiene derecho a la protección de su propia privacidad, de su propia intimidad, o como actriz. Cuando se protege su imagen como mujer, aunque mundialmente conocida, es una protección directa, de primer nivel; cuando se protege su imagen como actriz, se

protegen con ella misma los personajes que ella ha representado y tenemos en este caso la protección “de la imagen de la imagen”; si añadiéramos la idea de un uso social iríamos mas allá, hasta un juego de espejos, pero éste es sólo un paréntesis en el paréntesis.

Lo que me parece más interesante desde la perspectiva italiana y que supongo tiene una correspondencia con otras culturas jurídicas, es el desarrollo histórico del derecho a la imagen, la ampliación gradual semántica del concepto y del propio vocablo. Permítanme que presente unos ejemplos de la convergencia entre imagen e intimidad, lo que los norteamericanos llamaron a final del siglo XIX *the right to be let alone*, el derecho a que nos dejen en paz, a que no interfirieran en nuestra esfera más íntima; quizá podríamos decir “en nuestra circunstancia”, con José Ortega y Gasset. En mi país no se habría podido concebir que este derecho a la intimidad hubiese podido interferir en el derecho a la imagen, reconocido en el código civil, hasta tiempos recientes. Sin embargo, fue precisamente así que este derecho a la intimidad –o a la *privacy*, según la más clásica expresión inglesa, o a la *riservatezza*, según una expresión común italiana– entró gradualmente a formar parte del sistema jurídico italiano, es decir, por la puerta del derecho a la imagen, un derecho a la imagen tal y como había sido concebido y definido en los artículos del código y de la ley especial sobre derechos de autor que ya he mencionado con anterioridad.

A este respecto se dieron tres casos muy interesantes en mi país. Cronológicamente, el primero fue el “caso Caruso”. Caruso era un tenor conocidísimo de principios del siglo XX, al que se dedicó una película. Su familia se quejó porque consideraban que su personalidad estaba mal representada. El segundo fue más conocido mundialmente y se conoció como el “caso Petacci”. Claretta Petacci fue la amante de Benito Mussolini que murió ejecutada con él. Este caso fue planteado por la hermana de Claretta, Myriam, contra la compañía de televisión pública RAI. El tercer caso es jurídicamente más significativo pues fue allí donde por primera vez se planteó y se resolvió un pleito legal en términos de derecho a la intimidad. Me refiero al “caso Esfandiari”, es decir de la ex emperatriz Soraya, ex esposa del Sha de Persia, que había sido rechazada por su marido por el hecho de que no le había dado descendientes y se había trasladado a vivir a Italia. Un día un fotógrafo la fotografió de lejos besando a su nuevo compañero y ella se quejó por esta razón aunque fuera una “persona pública” y aunque este acontecimiento se había producido en público, tan en público que había podido ser fotografiada. En 1975, la Corte di Cassazione, el Tribunal Supremo italiano, reconoció judicialmente que Soraya tenía el derecho a defender su imagen,

explotada sin consenso previo, y no el honor, porque el acontecimiento como tal, el beso, no era un hecho que pudiera entenderse como una difamación. Sin embargo, como es evidente, se trataba no sólo de la “imagen”, sino de algo más, diríamos algo “intermedio” entre la imagen y el honor. Soraya defendió una “buena imagen”, una reputación afectada por un icono y eso fue un paso fundamental en la historia italiana del derecho a la intimidad: en mi opinión, también de los nuevos postulados del derecho a la imagen y, añadido, del derecho a la identidad, aunque no explícitamente.

Como consecuencia de este desarrollo hemos sido testigos en mi país de la difusión paulatina de una idea y de un concepto de imagen más y más amplio. Les voy a mencionar una definición del *Pretore* de Roma –el *pretore* era, hasta hace poco, un juez monocrático de bajo nivel que sin embargo tenía una enorme competencia; en nuestro marco, por ejemplo, le competía la posibilidad de inhibir el uso incorrecto de la imagen–: “La imagen es un conjunto de valores que cuenta la representación ofrecida en la vida de relación. La imagen conlleva un interés protegido jurídicamente y que consiste en ‘levantarse’ contra conductas que afecten a dicha imagen aún sin ofender el honor y la reputación o también sin lesionar u ofender la imagen física”. Es decir, hay una tendencia a ampliar el concepto del marco físico al marco metafórico.

Hay otros casos que, en mi opinión, siempre son más interesantes que la teoría y la propia legislación. Uno es famosísimo. Cuando se celebró en Italia el primer referéndum, en 1974, sobre la propuesta de que se rechazara la ley de 1970 que había introducido el divorcio en nuestro sistema jurídico, el sindicato de campesinos italianos, que se oponía al divorcio y por lo tanto actuaba a favor del rechazo, publicó un póster con la imagen de dos viejos campesinos, una mujer y un hombre, que decía: “nosotros, los campesinos italianos, somos contrarios al divorcio”. Los dos se quejaron diciendo que ellos habían sido fotografiados años atrás y que estaban a favor del divorcio. Ninguno era una persona pública. En este caso el uso de la imagen no solo había sido incorrecto, por no haber un consenso previo, sino que al mismo tiempo era un uso que afectaba a su propia “imagen de ciudadanos”, precisamente su “imagen política”, pues como ciudadanos estaban a favor y no en contra del divorcio.

Otro caso, que fue una verdadera tragedia, fue el de Re Cecconi, un jugador del Lazio, equipo de fútbol de Roma, que había sido campeón nacional. Re Cecconi tenía un amigo que era dueño de una joyería y simuló un robo por divertimento propio: entró en la tienda con una pistola y le amenazó con robarle, pero el dueño,

que tenía su propia pistola, lo mató. Años después la televisión produjo una película sobre este acontecimiento y el dueño se quejó diciendo que la representación que de su imagen se había hecho, muy materialista y un tanto alocada, era del todo incorrecta.

Es interesante ver que en el caso de los campesinos la decisión fue favorable para ellos, mientras que en el caso del amigo de Re Cecconi le fue contraria. No se admitió la protección de su propia imagen, que no era un mero retrato sino una representación de la persona en su identidad psicológica, lo que de inmediato nos sugiere el hecho de que haya un alto nivel de arbitrio en estas decisiones, como veremos al final de mi ponencia.

Un tercer caso muy interesante fue el del profesor Umberto Veronesi. El profesor Veronesi fue Ministro de Salud en el Gobierno de centroizquierda hasta 2001 y es un famoso oncólogo. Una empresa de cigarrillos publicó un póster con su imagen en que reproducían unas palabras que le había dicho a un periodista: “sí, efectivamente, los cigarrillos *light* tienen menos peligro de cáncer que los cigarrillos normales”. En este caso se protegió formalmente su derecho a la imagen, en el sentido de una convergencia casi total entre imagen e identidad, como identidad científica.

Hace unas semanas se produjo otro acontecimiento interesante cuando, a escondidas, se fotografió y grabó al actual ministro de Asuntos Exteriores de Italia, Franco Frattini, hablando detrás de unas cortinas con un miembro de la oposición y criticando a todos sus aliados políticos, desde la Liga Norte hasta el propio Berlusconi. El ministro se quejó muchísimo y la autoridad para la protección de los datos personales le dio la razón.

Me parece que todos estos ejemplos demuestran bastante bien que existe una convergencia entre imagen e identidad. Y leamos ya la definición que nos da la Corte di Cassazione italiana sobre la identidad en un fallo muy conocido: “la identidad es el interés que jurídicamente merece protección para que no disfrace o altere externamente un patrimonio intelectual, político, social, religioso, ideológico o profesional”.

## **El derecho a la identidad**

Pasemos por tanto a la segunda parte de mi conferencia recordando una breve historia del concepto del derecho a la identidad. En su origen, siempre en esta

especie de semi-prehistoria de la que estoy hablando, el derecho a la identidad se reconocía en el Artículo 7 del Código Civil italiano; es decir, que cada uno tiene “derecho civil a su nombre y a su apellido”, algo que adquirimos por nacimiento. Al parecer de la Constitución de 1948 no se sabía si la identidad era un derecho constitucional, o constitucionalizado, o no lo era. Fundamentalmente, y según la *opinio communis*, no era constitucional pero en principio sí indisponible, con unas excepciones muy raras: es decir, se podía cambiar su propio apellido o su propio nombre, pero por razones excepcionales. La Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 añadió la “nacionalidad”, entendida no como etnicidad sino como ciudadanía, como pertenencia a un estado. La nacionalidad en este sentido es también algo que tenemos por razón de nacimiento, por ser hijos de padres ciudadanos, como es el caso de Italia, o por nacimiento en un lugar determinado, como es el caso de Estados Unidos. Es otro atributo que nos pertenece automáticamente, también indisponible en principio salvo excepciones. Y ya es algo, subrayo, que amplía y enriquece el concepto en cuanto añade el elemento “político”, en el sentido griego de la palabra, a un concepto previamente limitado al marco civil.

Las implicaciones de este asunto iban más allá de lo que se podía sospechar al interpretar las normas porque supone que cualquier persona, sea mujer o varón, tiene una identidad que le “identifica” socialmente, es decir, que le distingue de todos los demás. Es un principio fundamental de la “unicidad individual” que tiene raíces profundas sobre todo en la cultura de Occidente, pues se remontan a lo que llamamos la “tradicón judeocristiana”. El problema que se plantea es que, siendo efectivamente “únicos”: ¿es nuestra identidad heredada o elegida?, ¿es algo fijo o algo variable?

No voy a hablar en este momento del ADN, de la recombinación que nos ofrece la posibilidad de modificar el ADN. Sólo tengo que decir que hay una esfera de las relaciones sociales que también en el marco de la identidad invade la esfera de la individualidad. Cada individuo, tras heredar los caracteres de sus padres, actúa según un proyecto y una trayectoria sociales. El medio ambiente, la familia, la sociedad, la cultura, la escuela y todo lo demás forman o proporcionan un conjunto de expectativas a las que el individuo se conforma gradualmente durante su vida, “modificando su identidad”. Y esto sin llegar hasta el extremo de decir que nosotros actuamos de manera dramática, como habría dicho un gran sociólogo, Erving Goffman, que en sus libros presenta una idea de acción social que coincide con una dramaturgia, es decir, nosotros actuamos como si estuviéramos interpretando un papel que tal vez el propio ambiente en que vivimos nos ha asignado y construido:

lo mismo que Luigi Pirandello decía a principios del siglo XX en sus comedias y novelas.

El hecho de que la identidad sea algo no sólo individual sino social, parece bastante claro. Pensemos en la identidad sexual que conlleva, entre otras cosas, el problema de la protección del derecho a cambiar de sexo. Sobre el sexo los italianos tienen una ley que ya fue aprobada muchos años atrás y que permite este cambio, que supone una preferencia para los elementos sociales y psíquicos del sexo, frente a su componente cromosómico.

El sexo tiene tres elementos: el cromosómico, el morfológico y el psicosocial. Si admitimos la posibilidad de cambiar de sexo y definir de manera más artificial la propia identidad, significa que adoptamos, preferimos y privilegiamos los elementos sociales adquiridos frente al elemento cromosómico heredado. También la identidad familiar es un hecho tanto individual como social, tanto heredado como adquirido, y en nuestras sociedades hay choques siempre más evidentes entre ambas esferas. La identidad étnica, por su parte, es algo más complejo y no cabe ahora recordar en detalle la gran discusión que hubo, y todavía hay, sobre todo en Estados Unidos, entre los *communitarians* y los *liberals*.

Sé muy bien que hay dudas de que estos conceptos interfirieran en el concepto jurídico de identidad. Hay dudas doctrinales que en mi opinión sí interfieren y la misma definición de identidad personal que acabo de leer, ese “interés porque no se disfrace ni altere el propio patrimonio intelectual, político, social, religioso, ideológico o profesional”, en mi opinión lo demuestra. Con ese fallo de la Corte di Cassazione se produjo una clara constitucionalización del derecho a la identidad en un asunto que había empezado como derecho a la imagen (el propio caso de Umberto Veronesi). Nos encontramos así con una especie de “indisponibilidad jurídica fortalecida de un derecho subjetivo”. Parece entonces que este derecho a la identidad incluye de alguna manera el derecho a la imagen y que es un derecho constitucional: en el caso italiano, en el artículo 2 de la Constitución, lo que significa que es un derecho inviolable del ser humano, con raíces tanto en la Declaración Universal como en el Tratado Europeo de Derechos Humanos.

Otras reflexiones parecen sugerir que la imagen puede ser, o convertirse en “el icono de la identidad”, sobre todo si consideramos hoy en día que ambas, imagen e identidad, pueden ser consideradas finalmente como un “conjunto de datos”: datos que pueden ser grabados, archivados, transmitidos. El Rector ha hecho referencia hace unos minutos a los teléfonos móviles con cámara oculta, que es un

caso del que tenemos que ocuparnos en los próximos meses. En Italia se adoptó la Ley 675 de 1996 sobre la protección de datos personales con la idea de que esta Ley, que llegó con un enorme retraso frente a los otros países europeos, sólo se ocupara de problemas informáticos. Los problemas informáticos y la digitalización en ese momento incluían tanto la imagen como la identidad.

Quisiera terminar hablando brevemente del conflicto entre derechos. Nosotros tenemos en Italia lo que todas las buenas Constituciones democráticas: el artículo 21 ofrece una garantía “fuerte” tanto al derecho a la libre expresión como al derecho a la información. Cuando hablamos de derecho a la imagen y a la identidad, estamos enfrentándonos típicamente a un problema de “balance”, como dicen los anglosajones, es decir de equilibrio, de ponderar derechos que pueden entrar en conflicto. ¿De qué manera interactúan y cómo se ponderan esos derechos en conflicto? Habrá que establecer si hay una jerarquía entre las fuentes del derecho, pero también plantearse cómo incluir estos derechos en la jerarquía de las propias fuentes, aunque desgraciadamente no haya ninguna norma que lo establezca y nos muestre la vía.

Por tanto nos encontramos con posiciones opuestas en la doctrina y en la jurisprudencia. Por un lado hay quienes piensan que el artículo 21, estando precisamente dirigido a la protección del derecho a la libre expresión, es decir, una norma donde se plantea un derecho preciso y definido a la información, debe tener un nivel más alto que el derecho a la imagen o el derecho a la identidad que no se definen de manera tan específica. Por otro lado, si estudiamos las palabras del Tribunal Supremo en su fallo ya mencionado, vemos que allá se plantea el derecho a la imagen y a la identidad según el artículo 2 de la propia Constitución, es decir, como un derecho fundamental e inviolable de cada ser humano. El Tribunal dice que es una norma que, incluyendo una gran cantidad de derechos específicos, es la raíz más profunda y positiva de la protección de esos derechos. Por tanto se podría decir que estaríamos defendiendo un derecho aún más fundamental e inviolable que el derecho reconocido por el artículo 21.

En 1984 la Corte di Cassazione italiana decidió en un fallo muy relevante lo que se conoce como el “decálogo”. El decálogo sugiere una posible solución diciendo que invadir la esfera privada en el caso del periodismo, de la televisión, de la imagen, etcétera, en principio siempre se admite, sobre todo cuando se trate de personas públicas, pero cuando se cumplan tres requisitos: que la noticia sea cierta (o certificada en buena fe), que tenga utilidad pública y que sea expresada con *continenza*, con una especie de *self-restraint*, diríamos en inglés, o de autocontrol: es

decir, que no hay que exagerar en la representación. Son tres principios que a partir de 1984 han sido repetidos por todos los jueces italianos y que parecen estar establecidos. De hecho, son tres principios muy genéricos y vagos, hasta el punto de que en la práctica judicial nos encontramos con una variedad de decisiones que alcanzan extremos muy lejanos entre ellos. Son principios que, a pesar de los esfuerzos de definición, tienen muchas connotaciones. Estamos en la “penumbra”, como decía Herbert Hart, y nos resulta difícil juzgar y decidir por igual los casos iguales.

Hace unas semanas me planteaba si tenemos el derecho a representar a las personas que viajan en las pateras que cada noche desembarcan tras cruzar el mar Mediterráneo, en algún caso de manera trágica, calentándose bajo los cuerpos muertos de sus propios compañeros. Esta es la condición desesperada con que esa gente llega a Italia violando la Ley de manera objetiva, pues impide y castiga la inmigración ilegal. ¿Tenemos o no tenemos el derecho de representar esos casos humanos cuando no se trata de personas públicas, sino de personas privadas, y aún más de personas privadas que están violando una ley y que se presentan de la manera más dura como seres humanos? No sé. Hasta ahora el problema no se ha planteado ante un juez pero cualquier periodista nos diría que sí, que eso es necesario, que lo impone el propio interés público a la información, tanto activo (informar), como pasivo (ser informados). Aún más: ¿Hasta qué punto tenemos el derecho de representar icónicamente, por televisión, los procesos penales? En Inglaterra casi no existe ese derecho: se hacen dibujos, pero no se graban los procesos. En nuestro caso, si hay un consenso, se pueden grabar, pero eso es a la vez una representación bastante dura y ¿qué poder negociador tiene un acusado común para rechazar la oferta de los medios?

La pregunta que se plantea frente a estos problemas es clásica: ¿Legislación o jurisprudencia? ¿Creación política o creación judicial del derecho? Recuerdo un libro de Richard Abel, *Speech and Respect*, que hice traducir al italiano años atrás. En ese libro se ponía de relieve de una manera muy clara que cada tentativa de legislar o de establecer principios generales de manera cuadrículada –según la dicotomía propia del derecho que sólo distingue entre dos variables, *recht* y *unrecht*, legal e ilegal, como decía Niklas Luhmann, el conocido sociólogo del derecho alemán– sobre palabras “redondas”, reconstructivas, palabras que casi son imágenes ellas mismas, está destinada a fracasar. Esto quiere decir que la legislación o una corte suprema que dicte principios normativos pueden producir algo general, sin embargo demasiado general para que pueda inspirar decisiones

concretas y garantizar que se decidan *like cases in like manner*, como dice una clásica expresión de la filosofía práctica inglés. Por otro lado, la producción de la jurisprudencia, lo que nosotros conocemos como producción *nomopoiética* de normas jurídicas, nos lleva en este caso a un marco donde el arbitrio prevalece, donde los casos que son iguales o casi iguales se deciden y tratan de manera distinta.

Recientemente he llevado a cabo una investigación empírica sobre este problema con mis jóvenes colaboradores de Milán, intentando ver si se podían aplicar en este marco los principios expuestos en un ensayo muy famoso de un sociólogo del derecho y jurista norteamericano, Marc Galanter, de la Universidad de Wisconsin. Galanter escribió en los años setenta este ensayo demostrando de manera clara y aplastante que hay una diferencia de tratamiento según los participantes en el juicio sean ricos o pobres: los ricos son litigantes repetidos no sólo porque tienen dinero, sino también porque están acostumbrados (*repeat players*); mientras que los pobres sólo comparecen una vez (*one-shotters*), sólo tienen una posibilidad, una experiencia en la vida, de estar ante un juez.

Aunque nuestros datos fueran menos aplastantes que los de Galanter, por supuesto sí se encuentran en la experiencia italiana casos que sugieren que esta distinción tal vez también sea válida. Recuerdo, entre otros, el “caso Vulcano”. Vulcano era un hombre que había cometido un homicidio y que se encontraba en la cárcel, donde mantuvo una relación íntima con la directora de la propia cárcel. Esta relación continuó durante años incluso después de que Vulcano dejara la cárcel y luego fracasó. Según una película sobre este caso, la voluntad expresada por la directora de la cárcel de no ser representada fue sorprendentemente aceptada, aunque al mismo tiempo se le negó al señor Vulcano el “derecho al olvido”, que él solicitaba porque ya habían transcurrido unos treinta años desde el homicidio.

En mi opinión, lo que se hace en la jurisprudencia italiana es que se parte siempre de casos concretos para formular normas y principios que parecen adecuados pero que cambian según la calidad particular de las partes. Y yo considero que hay una convergencia tendencial entre imagen e identidad, tal vez admitida, tal vez rechazada, tal vez total, tal vez parcial, dependiendo de la doctrina, de la calidad del caso específico y de las exigencias retóricas de la motivación: una convergencia que sale del uso social siempre más metafórico y alejado del original, de ambos conceptos.

Hay un problema. Si el derecho a la imagen converge, aunque sea parcialmente, con el derecho a la identidad: ¿Cómo se plantea hoy en día el tema de la “disponibilidad” de esos derechos? ¿Convierte la identidad en indisponible el derecho a la imagen, o es la imagen la que convierte en disponible el derecho a la identidad? En el primer caso habría una preferencia por la individualidad “profunda” del ser humano. En el segundo probablemente habría una preferencia por el derecho a la información, a la libre expresión del pensamiento, al ser humano como producto social.

Estas reflexiones, ustedes lo habrán entendido, son muy libres y quedo a la espera de recibir críticas y sugerencias que me puedan ayudar a reflexionar un poco más en el futuro. Muchas gracias.

---

# ÉTICA DE LA TELEVISIÓN Y LA COMUNICACIÓN

**Victoria Camps**

*Vicepresidenta del Consell de*

*l'Audiovisual de Catalunya*

*Catedrática de Filosofía Moral y Política*

*de la Universidad Autónoma de Barcelona*



En primer lugar, quisiera hacer unas cuantas aclaraciones conceptuales. Hablar de ética es sobre todo hablar de conflictos. Lo que nos planteamos, desde un punto de vista ético, es cómo resolver el conflicto entre valores reconocidos que, en teoría, nadie pone en duda pero que, en la práctica, se oponen o se limitan mutuamente. En especial, es el valor de la libertad el que se ve limitado por otros valores como el respeto a la intimidad, la dignidad de las personas o la protección de la infancia.

Los valores fundamentales que están en conflicto, en nuestro caso, son, por una parte, la libertad de expresión o el valor mismo de la información, el derecho a la información y, por otra parte, el valor de la intimidad de las personas, de la dignidad o de la propia imagen. Son valores tan obvios, tan reconocidos que todas las constituciones políticas los incluyen. No hablo de declaraciones de derechos, sino de algo más positivo que son las constituciones políticas. Los valores básicos están reconocidos, pero están reconocidos precisamente como valores que deben limitarse entre sí. Una de las cosas que queda clara en la Constitución es que la libertad de expresión tiene límites y éstos son los que derivan del derecho de las personas a la privacidad, a la intimidad y a la propia imagen. Más aún, el valor de la intimidad no solo es un valor constitucional sino que es un valor que está desarrollado en una ley, la Ley de Protección del Honor, la Intimidad y la Propia Imagen, de 1982, que establece dos condiciones para que sea legítima la intromisión en la intimidad de las personas, a saber: que éstas hayan dado su consentimiento y que dicha intromisión se justifique por el interés público.

Con respecto al consentimiento, diré sólo un par de cosas. No creo que merezca la pena dedicar más de dos minutos al tema de los programas del corazón o de los programas rosa, que son los programas basura de este momento, y los que incurren en vulneraciones de la privacidad de una forma más descarada. Creo sinceramente que, desde el punto de vista ético, es un tema que no merece atención. Cuando hay consentimiento expreso por parte del titular del derecho, la intimidad pierde valor porque esa persona, de hecho, está vendiendo su intimidad, vendiéndola por

dinero, está queriendo exponer públicamente su intimidad que, por ello mismo, deja de ser algo íntimo.

No creo que la mercantilización de la propia intimidad sea propiamente una cuestión ética. Más bien es una cuestión de estética, de mal gusto. Como es una cuestión de buen o mal gusto la de la calidad de la programación. Lo que estoy diciendo es muy subjetivo, lo reconozco, pero es imposible eliminar una cierta dosis de subjetividad en los ámbitos que nos ocupan. Las personas que tienen gusto tendrán más criterio y seguramente también más sentido, tenderán a sentir vergüenza ajena ante la telebasura y procurarán evitarla. Otras personas se sentirán incitadas en la curiosidad malsana con respecto a estos programas y se engancharán a ellos. Pero insisto, no hablaré más de esto. Me parece que la intromisión en la intimidad de las personas que están dispuestas a mercadear con ella no es una cuestión que deba, por lo menos éticamente, preocuparnos demasiado.

Lo que sí debe preocupar es el conflicto entre la intimidad y el derecho a la libertad de expresión y el valor de la libertad de expresión cuando está por medio eso que llamamos el interés público. "Interés público" es un concepto muy complicado de determinar y definir. Es muy complicado sobre todo porque hay un malentendido muy corriente, que antes ya ha sido discutido o tratado. El interés público no coincide o no debe de coincidir con lo que interesa a mucha gente. Esa es una idea que, por lo menos filosóficamente, la tenemos clara. El concepto de interés público tiene un antecedente en el de bien común. Rousseau tradujo esa expresión a la de "voluntad general" y, al definirla, dijo muy claro que la voluntad general no coincide con la voluntad de todos, entre otras cosas porque las voluntades particulares no se pueden sumar, son voluntades singulares y diferentes unas de otras. Sería querer sumar peras con manzanas. Es imposible. Por el contrario, la voluntad general o el interés público se define como aquello que debería interesar al público y ese deber, eso que debería interesar al público, es algo que nunca puede reducirse a lo fáctico, a lo que de hecho interesa al público.

Dicho de otra forma, identificar el interés público con la audiencia es un error, por lo menos es un error de concepto. Si decimos que cuanto mayor sea el interés público en un tema o en un personaje, más legítimo será el tratamiento de ese tema y la exposición pública de la vida de ese personaje, llegaremos fácilmente a la conclusión de que la vida de Beckham o Schwarzenegger representan hoy el interés público. Voy a contarles una anécdota. El día en que conocimos la noticia de que Schwarzenegger fue elegido gobernador de California, yo estaba con un amigo

americano, que no salía de su asombro: “¿Cómo es posible –decía– que la primera noticia hoy en Cataluña o en España sea que Schwarzenegger haya sido elegido gobernador de California si eso es una payasada?” Es una payasada, en efecto, pero una payasada que capta la atención, porque los payasos actúan sólo para divertir y llamar la atención. Ahora bien, eso no tiene nada que ver con el interés público.

En consecuencia con lo que acabo de decir, la función del editor de un periódico o de un informativo de televisión sería decidir qué es lo que merece el interés del público. En Cataluña, a raíz de las recientes campañas electorales, que han sido unas cuantas, los profesionales del periodismo han protestado por la imposición, por parte de los partidos políticos, de los llamados “bloques electorales”. A su juicio, lo que debería hacer un director de informativos en una campaña electoral es tener independencia y decidir por sí mismo qué tiempo hay que darle, en cada momento, a cada candidato, qué tiempo de información merece, teniendo en cuenta el interés y la importancia de lo que diga cada uno. Esa decisión le corresponde al profesional de la información, no a quien, en ese momento, es el objeto de la noticia. ¿Dónde está si no la libertad del periodista? En conclusión, el interés público es un concepto valorativo, no descriptivo: es lo que debe interesar a todos los ciudadanos.

Otro concepto igualmente difícil de determinar y de definir es el concepto de intimidad. La misma Ley lo dice: lo que entendamos por intimidad depende de los usos sociales de cada época. Y aquí vuelve a incidir el tema de las revistas, de los programas del corazón. Si nos acostumbramos a que la intimidad sea objeto de un supuesto y, desde luego, mal entendido “interés público”, estamos restando valor a la intimidad, estamos confundiéndola con otra cosa. Ahí hay un peligro evidente, que tiene que ver con la ética. El peligro de la telebasura es que su influencia reste valor a algo que ha costado muchos años, muchos siglos incluso, consolidar como valor. La privacidad y la intimidad son valores muy modernos. Son valores que no existían como tal ni en la época antigua, ni en la Edad Media. Son valores modernos relacionados con la centralidad y la importancia otorgada al individuo y a su libertad. En la medida en que convertimos tales valores en una mercancía, dejarán de ser valorados. Por eso la intimidad es un concepto que va cambiando. Lo que no deberíamos permitir, porque traicionaría el sentido de nuestros valores y derechos más fundamentales, es que el concepto cambiara tanto que dejara de ser el valor que fue.

¿Qué es lo que hace hoy que la idea de intimidad o privacidad esté especialmente sometida a cambios y que ese valor sea especialmente vulnerable? Sin duda una de las razones de la vulnerabilidad del valor de la intimidad es que vivimos en un entorno

audiovisual, que puede penetrar muy fácilmente en la vida de las personas. La gente, por ejemplo, está habituada a que se la filme, a que se capte su imagen. Antes decía Margarida Moles que la gente quiere aparecer en televisión y quiere aparecer a lo mejor en cualquier circunstancia, no les importa demasiado con tal de aparecer. Eso hace que la intimidad se vaya depreciando como valor.

Hay personajes que solamente son personajes a costa de vender su intimidad. Ese es otro elemento que introduce más vulnerabilidad en el valor de la intimidad. Por otra parte, el derecho a la información nos ha conducido a querer estar informados absolutamente de todo. La posibilidad de que esa información se transmita encierra otro peligro: que acabemos no discerniendo bien qué información merece la pena y cuál es pura basura. Las noticias de tragedias llaman más la atención del público. Más aún si se hace de ellas un espectáculo morboso. Gracias a los medios audiovisuales, la información viene acompañada de imágenes. Y las imágenes vulneran más directamente la intimidad de la personas. Por eso la intimidad es un valor amenazado.

Se suele apuntar a los intereses privados como responsables del asalto a la intimidad de las personas con el único objetivo de maximizar sus beneficios. Todas las corporaciones, todos los sectores, buscan por principio su interés privado que, a fin de cuentas, es un interés económico. Pero la culpa no es sólo de los intereses corporativos. La audiencia busca entretenimiento, un entretenimiento que le implique emotivamente en las cosas, quiere verlo todo y quiere ver alimentada su curiosidad malsana. Todos somos culpables de que haya basura televisiva. Unos por producirla, otros por emitirla y otros por tragársela y no protestar por ello. Quizá sea excesivo afirmar que tenemos la televisión que nos merecemos. No estoy de acuerdo con esta frase tan drástica porque los medios de comunicación tienen mucho más poder que la audiencia, hay una asimetría evidente entre quien comunica y quien recibe la comunicación. La audiencia no tiene muchas opciones frente a los medios de comunicación; puede no verlos, puede no leerlos, no comprarlos, pero la iniciativa está de parte de los medios. Aunque también es cierto que la audiencia se recrea en ciertas cosas, que no se autocontrola ni exige una programación mejor.

## **La protección de la intimidad de las víctimas de tragedias personales**

Para ser más concreta, voy a referirme, como ha hecho también Francisco Vila, a las imágenes del dolor y del sufrimiento derivadas de las tragedias personales.

Estas imágenes merecen más reflexión y debate que las de las personas que venden su intimidad a quien mejor se la paga. Vamos a referirnos a las imágenes de víctimas de guerra, víctimas de accidentes, del hambre, de la miseria, de convictos de penas, imágenes que son una tentación permanente para los medios de comunicación a la hora de dar información y de difundir las noticias.

Hay un gran argumento a favor de difundir estas imágenes, el argumento que esgrime el periodismo “de denuncia”. Las imágenes, efectivamente, llaman mucho la atención y es un deber informativo mostrar las tragedias, los horrores, las desgracias, las miserias, el terrorismo, es decir, todo aquello que nos pone frente a una realidad horripilante y denunciante y que, eventualmente, podrá servir para que por lo menos esos mismos horrores no se repitan. Ver es la base para recordar. Poner de manifiesto con toda la crudeza el horror de la guerra es hacer ver que la guerra es una atrocidad y es cierto que la fotografía es más real que las palabras, aunque también lo es que, a veces, la fotografía engaña. Es engañosa, puede ser voluntariamente engañosa. A veces se dan imágenes de una guerra que no son imágenes reales de la guerra. Se trucan las imágenes con fines interesados, con finalidades políticas. Aun así, la fotografía y lo que logra transmitir muchas veces reafirma la tesis de que una imagen vale más que mil palabras. Tiene mucha más influencia. La imagen entra mucho más por los sentidos y sólo las cámaras pueden captar determinadas cosas como, por ejemplo, una muerte en el momento en que está ocurriendo. Sólo las cámaras pueden hacerlo. En mi opinión éste es un gran argumento, el de la denuncia, el de la protesta, el de la crítica a favor de mostrar determinadas cosas. Pero también hay argumentos en contra, y de ellos es de lo que quiero hablar.

A fin de cuentas, en el tratamiento de las imágenes, todo depende más del cómo se hace que de qué se haga. Es decir, hay que dar imágenes pero el matiz está en cómo se dan, cuándo se dan, dónde se dan. Y, por lo tanto, ahí sí que encuentro bastantes argumentos para suprimir a veces, o, por lo menos, limitar las imágenes de las tragedias, de las víctimas, de los heridos, de las personas que están padeciendo y sufriendo. Todos recordarán las imágenes de la guerra de Irak, las primeras que aparecieron en los periódicos. Eran imágenes de víctimas desfiguradas por la guerra, en las que la persona queda reducida a un montón de carne y de órganos. No creo que estas imágenes añadan a la información nada absolutamente imprescindible. Más bien se acercan a una información indecente. Nos consta que los responsables de informativos discuten, a veces largamente, sobre qué fotos deben ser publicadas. Es una discusión que nunca debería obviarse. No todo debe ser mostrado.

Contra el periodismo de denuncia, hay que ponderar otro argumento: el derecho de las víctimas a ver preservada su intimidad. Es evidente que, en el fragor de una guerra, es imposible preguntarle a una víctima si quiere que su imagen aparezca y por lo tanto ese consentimiento no se puede pedir. Quien dice una guerra, dice una enfermedad o un accidente de cualquier tipo. Nadie puede preguntar y por lo tanto no se puede cumplir ese requisito. Pero quizá sí pueda preguntarse a los familiares de las víctimas y casi nunca se hace. En cualquier caso y tratándose de tragedias, habría que exagerar las precauciones para no dañar a nadie. A tal fin van dirigidas, por ejemplo, las *Recomendaciones para el tratamiento informativo de las tragedias personales*, elaboradas por el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, a las que se acaba de referir el presidente, Francesc Codina.

Un tercer argumento, y éste me parece a mí muy importante, es la hipocresía del mundo desarrollado frente a las imágenes del mundo menos desarrollado. Fíjense que las imágenes que suelen aparecer y que excitan más la curiosidad y el morbo del público suelen ser imágenes de desgracias, de guerras, de miserias, de hambre, pero sobre todo del tercer mundo. Es decir, del mundo que está más indefenso y que no se puede defender directamente y que, por lo tanto, es mucho más manipulable. Parece como si pudiéramos comprar cada día una pequeña dosis de dolor ajeno y con él lavar nuestra conciencia. Enseñamos el dolor de los demás pero no el propio. Y hay un contraste muy claro. ¿Qué imágenes vimos del atentado a las Torres Gemelas? Ninguna. En cambio otras imágenes se enseñan y se publicitan demasiado, sin asomo de escrúpulo.

A esta hipocresía, concretamente, se refiere el libro de la escritora Susan Sontag, *Ante el dolor de los demás*. Es una crítica de la manipulación del dolor ajeno a través de la fotografía. Vean este párrafo significativo: “La exhibición fotográfica de las crueldades infringidas a los individuos de piel más oscura en países exóticos olvidan las consideraciones que nos disuaden de semejante presentación de nuestras propias víctimas de la violencia, pues al otro, incluso cuando no es un enemigo, se le tiene por alguien que ha de ser visto, no alguien como nosotros que también ve. Pero sin duda el soldado talibán herido que ruega por su vida y cuyo destino se retrató de modo destacado en *The New York Times*, también tenía una mujer, hijos, padres, hermanos y hermanas, algunos de los cuales, quizás algún día, se hallen con las tres fotografías en color de su esposo, padre, hijo, hermano al que se le masacra, si acaso no las han visto ya”. Nadie pidió permiso a ese soldado para mostrar esas fotos y tampoco a sus familiares. Ahí está la hipocresía. Tenemos una doble medida para enseñar lo que es nuestro y lo que

nos es ajeno. Creo que es uno de los argumentos fundamentales para alertar frente a determinadas imágenes, imágenes que no solo tienen que ver con los informativos.

No hace mucho, en el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, recibimos una queja referida a un anuncio de una empresa de fotografía. En él, la empresa utilizaba imágenes de personas del tercer mundo, gente hambrienta, refugiados. El mensaje publicitario era: "Una fotografía perfecta para un mundo imperfecto". Las imágenes no eran indignas ni de mal gusto. El motivo de la queja era otro: la utilización de personas del mundo menos desarrollado para vender máquinas fotográficas en el mundo desarrollado. El Consell decidió desestimar la queja, dado que no había fundamento legal para estimarla. Sin embargo, nos pareció oportuno advertirle al operador de lo desafortunado que puede ser utilizar imágenes de gente que sufre para obtener un beneficio económico. En definitiva, somos mucho más escrupulosos con nuestras propias imágenes que con las de personas que, porque están lejos y carecen de poder, no pueden defenderse.

La filósofa Hannah Arendt, en un libro sobre los totalitarismos del siglo XX, se refiere a lo que ella llamó "la banalidad del mal", a propósito de los campos de concentración. Los campos de concentración han banalizado el mal. Quiere decir que ya no somos capaces de percibir el mal porque vemos demasiados horrores y demasiada maldad en el mundo. La banalidad del mal puede ser, en efecto, una de las consecuencias del exceso de imágenes derivadas del terror y del sufrimiento que el terror trae consigo. Es lo mismo que pasa con la violencia. Uno de los problemas derivados de la abundancia de violencia en la programación televisiva es que se acabe banalizando la violencia y que acabemos aceptándola como algo natural. Es decir, que la violencia se "naturalice". Con el mal puede pasar lo mismo.

Como decía antes, la fotografía está al servicio de las manipulaciones del consumo. Es decir, la fotografía se utiliza no sólo para enseñar aquello que está mal pudiéndose ejercer al mostrarlo una función pedagógica o crítica, sino que está al servicio del consumo. Enseñamos aquella imagen que vende más y mejor. Las imágenes del dolor o de la violencia son tan cotidianas y habituales que es difícil dar por sentado el efecto que pueda tener una escena lúgubre. Nos defendemos con frecuencia de posibles acusaciones sobre la reiteración de la violencia, diciendo que ésta tendrá más bien un efecto revulsivo y catártico, que nos recuerda lo que no se debe hacer. Pero cuando las imágenes son tan abundantes, es difícil que la violencia o el sufrimiento tengan el efecto revulsivo o, por lo menos, es dudoso puedan tenerlo. Nos acostumbramos al dolor.

Es un hecho que la cultura de masas se hace más tolerante y acepta sin pestañear toda la violencia que le ofrezcan. Nuestros adolescentes soportan escenas que hace cincuenta años eran juzgadas como insoportables. Nos acostumbramos a soportar la violencia y el dolor y cada vez el umbral es más alto. Incluso el mismo contexto televisivo nos hace insensibles a la compasión. No es lo mismo ver el dolor en un hospital o en el campo en la guerra, como los periodistas y fotógrafos que están allí, que verlo desde casa cómodamente, mientras almorzamos. El mismo contexto hace que la visión del dolor sea una visión más atenuada, mucho más débil. Lo vemos como espectadores y debilitamos la realidad. Aunque el televisor esté metido en nuestras casas, la distancia es inmensa, nos encontramos en una situación cómoda, sólo somos espectadores.

Roland Barthes escribió que “la mierda fotográfica no duele”. Por otra parte, siempre se ha dado, por parte de la humanidad, un cierto deleite en el sufrimiento ajeno. De una forma u otra, siempre se ha hecho del sufrimiento un espectáculo, desde el Imperio Romano, pasando por la Edad Media, hasta hoy. La televisión propicia otra fórmula de espectáculo que alimenta esa capacidad de deleitarse en el sufrimiento ajeno. Por su parte, las víctimas tienen una posición ambivalente: quieren y no quieren al mismo tiempo que su dolor se convierta en algo público. Es fácil que cualquier divulgación pública de un suceso trágico acabe degradándolo o frivolisando sobre el tema. La gente quiere que se hable de su dolor pero como algo único y personal y eso es imposible en los medios de comunicación de masas.

Finalmente, la cultura de la imagen tiende a substituir a una cultura más reflexiva. Giovanni Sartori en su conocido libro, *Homo Videns*, explica cómo el *homo sapiens* está siendo sustituido por el *homo videns*, un hombre que accede al conocimiento a través sobre todo de imágenes. Ello hace que se habitúe tanto a las imágenes que ya ni discorra ni piense, no argumente, ni razone, sino que parece que con la imagen lo tiene todo, la imagen es la única fuente de conocimiento, con lo que el saber sobre la realidad queda muy mutilado.

La misma Susan Sontag al recordar la imagen del miliciano serbio de la guerra de Bosnia, apuntando con el fusil y a punto de dar un puntapié a la cabeza de un musulmán moribundo, añade que la imagen apareció en *The New York Times* con este comentario: “con esta imagen está todo dicho”. Y rectifica Susan Sontag: “no es verdad, no está todo dicho”. Efectivamente, explicar lo que hay detrás de esa imagen implica un esfuerzo y un discurso que no queda dicho por la mera imagen. Creo que hay que trivializar el poder de las imágenes y no intentar justificarlas aduciendo que el impacto que producen nos lleva a reflexionar y a grabar en la

memoria lo que pueden ser los horrores, las tragedias, etcétera. No siempre ocurre así.

Todos estos argumentos llevan a la conclusión de que muchas veces las imágenes de las víctimas, lejos de ser una denuncia, son solo un entretenimiento. No hablo de las imágenes relacionadas con los asuntos del corazón. Incluso las imágenes de tragedias acaban siendo un entretenimiento, un objeto de consumo a costa del dolor de las personas. A propósito de las fotografías exhibidas en un certamen que se celebra en Perpignan bajo el título *Visa pour l'image*, un periodista, crítico del mismo, escribía: “¿por qué hay que dar en blanco y negro lo que vemos en color, para dar la impresión de mayor sobriedad o para dar la impresión de mayor sordidez, que es otra historia?”

Es muy fácil hablar de las miserias, hablar del dolor, mucho más fácil que hablar de la opulencia o del bienestar. Es cierto que, en muchas ocasiones, el discurso sobre las tragedias puede significar una denuncia. Pero de ahí no se deduce que se pueda enseñar todo ni de cualquier manera, en cualquier lugar y para cualquier público. Y la razón de que no puede hacerse es que las víctimas merecen un respeto, que su dignidad está en juego. Y, una cosa más, la razón para no mostrar ciertas imágenes no es la que se suele esgrimir con más frecuencia, a saber, que puede verse herida la sensibilidad de los telespectadores. No. La sensibilidad que hay que proteger no es la del telespectador sino la de las víctimas y la de sus familiares. Eso es lo que prescribe el mandato constitucional que dice que hay que respetar la intimidad y la imagen de los individuos. Es cierto que no siempre está claro en qué momento y por qué medios la intimidad de las personas se ve vulnerada. Por eso se apela a la autorregulación. La autorregulación debe funcionar porque no hay fórmulas ni métodos para decidir qué es lo que hay que hacer en cada caso. No solo no hay fórmulas, sino que no es bueno que las haya. Vivimos en una sociedad liberal, queremos ser más libres, lo que implica que asumamos también nuestras responsabilidades a propósito de las decisiones que tomamos libremente.



# LÍMITES Y PRINCIPIOS ÉTICOS DE LA COMUNICACIÓN

**Tico Medina**  
*Periodista*



He escrito esta conferencia porque estoy harto de que mis palabras se las lleve el viento y la he escrito esta mañana a las cinco. Yo escribo lo que digo en el día, con el pulso del día, con la emoción del día para que no me envejezca. Así que soy responsable de todo lo que aquí se diga. Quiero decir que esta no es una conferencia legalista, pero si legal, muy legal, aunque está escrita a impulsos de sangre, como me es habitual.

Hace unos días el polaco Ryszard Kapuscinski, premio Príncipe de Asturias de este último año, viejo amigo, maestro de reporteros –sin género de dudas el mejor del mundo, lo que viene a demostrar, gracias a Dios, que los viejos reporteros nunca mueren, como casi dice la canción inolvidable e inmortal de nuestro paisano Miguel Ríos– en el reencuentro con él desde aquellos días de la llegada de Allende al poder en Chile, en Oviedo –tras el primer largo abrazo mientras llovía en la calle y sobre nuestros viejos corazones, tan llenos de memoria en ese viejo español que aprendió en la paz y en la verdad de su conciencia contando la guerra, contando las guerras de América que no son guerrillas sino que son guerras– me decía: “mira, mi viejo amigo Tico, jamás como ahora ha sufrido más la ética de la información que en este tiempo atribulado que vivimos”. Y no sabía el inolvidable Kapuscinski que hoy tenía que sentir la enorme responsabilidad de poner en pie en esta ya legendaria Universidad Pública de Navarra una “como conferencia”, una “como disertación”, más bien una confesión titulada *Límites y principios éticos de la información de sociedad*, un tema para mí muy difícil porque aunque estoy cumpliendo ya mis setenta años y que no he perdido, gracias a Dios, la capacidad para la sorpresa, la verdad es que es una condición especial para un contador de historias. Y lo cierto es que yo no pretendo arreglar el mundo sino, si acaso, que no es poco, simplemente contarle, eso sí, con la verdad por delante, pero contarla.

Pero creo que hay que mojarse, que hay que decir lo que se debe decir y más en este atribuladísimo momento que vivimos tan lleno de, usemos la palabra cotidiana, tan lleno de basura. Usaré la palabra que no sé si aquí se habrá utilizado

alguna vez y, ruego me perdonen, pero que pertenece a la condición humana en este tiempo tan lleno de suciedad que vivimos; a veces mucho más alta suciedad, que alta sociedad.

Siempre pensé que si algún día, al menos en este cruce de caminos en que me encuentro luego de más de cincuenta mil entrevistas, tantas veces corresponsal de guerra, o a veces de sierra, veinte libros, cuatro nietos, qué sé yo..., si yo me sentara a escribir mis memorias, que a la hora de la verdad no son otra cosa que hechos periodísticos indiscutibles que yo he vivido y que jalonan más de cincuenta años, medio siglo de la vida de España y del mundo, lo haría bajo un titular que es fuerte pero que me fascina, como si se tratara de la segunda entrega de los Reyes Magos al pie del Niño desnudo del Portal: "Oro, incienso y mirra". ¿No? Sí, pero en mi caso sería: "Oro, incienso y mierda", porque es lo que cada noche experimentan mis viejos huesos, mi corazón cansado, cuando a la hora de hacer recuento me digo, mirándome en el espejo de azogue de cada día y de cada noche y de cada historia, más de amarillo que de rosa, desde la política a las finanzas, desde el corazón hasta el hígado, desde el estómago hasta el cerebro: tanto que canté, tanto que callé, tanto que conté, tanto que asumí tantas veces en el mismo filo de la navaja, del límite, tratando siempre (y eso me salva) y aquí os lo quiero decir, tratando de encontrar más como una condición mía iniciática que viene conmigo en la masa de la sangre, desde mis primeros días del Sur aquello de que yo siempre trato de hallar el oro que hay en el barro y no el barro que hay en el oro, que es hoy el gran negocio periodístico, sucio y multiplicado de nuestro tiempo.

Pero yo entiendo al ser humano, tan débil aunque aparezca tan fuerte, y lo comparo, y lo acaricio, y lo analizo, y lo quiero. Yo amo a mis personajes, sin los cuales no sería ni la mitad de lo que soy, porque lo cierto es que gracias a ellos, a sus verdades, a veces a sus mentiras, a sus palabras o a sus silencios, a sus gritos y a sus murmullos callados o contados soy quien soy. Porque el tesoro de un viejo pirata no es suyo, sino que es robado, encontrado en los mapas del tesoro, en los barcos de las gentes que son noticia, en los vientres de los viejos galeones de la gloria y de la miseria, de la popularidad y la fama discutida y a veces indiscutible del tiempo que vivimos.

Hace unos días, un ser humano extraordinario tan cercano siempre como es Alfredo Landa, creador del "landismo", que no era sin embargo una escuela de la ética estética, aunque sí, la verdad, era una leyenda magnificada de la vieja España de la pana y de la pena, incluso del pene de hace cuarenta años, me decía casi con

lágrimas en los ojos: “No sabéis lo que habéis hecho los periodistas de este tiempo, los de los medios de comunicación ahora en el tiempo que estamos, porque habéis creado los monstruos mediáticos, porque habéis creado la droga, la adicción mediática, y ahora estáis a punto de ser devorados por ellos mismos. Ellos mismos os van a fagotizar. Ellos mismos os van a destruir. Vosotros sois los verdaderos culpables de la basura porque habéis multiplicado la basura”. Es cierto, *mea culpa*. Aunque a veces yo escape con el zurrón y la mochila de los viejos tiempos a tratar de respirar aire más sano en los sitios más claros, siquiera para no caer cada día en la mentira del espejismo. Jamás como ahora (y nos lo dice, mis queridos y jóvenes compañeros, un contador de la vida de cada día) han estado más al límite, más golpeados, más machacados, más quebrados los principios y los finales éticos de la información de la sociedad. Insisto en la palabra, cuando de la sociedad sólo importa la suciedad y no es un juego de palabras.

Yo no soy un sabio ni un artista. Soy un artesano de la palabra y del oficio de contar historias. Camino, caminante, gente a pie, soldado raso, banderillero, mozo de espadas, contador de coplas en las tabernas de la prensa, la radio y la televisión, y por eso siempre, siempre cuento en primera persona aquello que he vivido para contar más tarde.

Ayer, a estas mismas horas, para mi programa de Telemadrid que aquí también se ve (lo presenta Terelu Campos), entrevistaba a un personaje de inmensa actualidad vital, que es José Ortega Cano y que va a torear seis toros, seis, a sus cincuenta años que va a cumplir el mes que viene, para despedirse de la afición, y lo va hacer a beneficio, pasándose la muerte por la faja seis veces, de la Fundación de la Lucha contra el Alzheimer. Ya era de por sí esa noticia hermosa de solidaridad humana, rico y herido podría marcharse de esta historia de sus treinta años del toreo sencillamente de verde y oro, cubierto de gloria y de cicatrices. Pero no, en un momento dado (y sé que me quiere como a un padre, porque me ha contado muchas veces su historia y su tragedia) yo mismo no tuve más remedio que caer en la trampa y preguntarle por esa otra historia que hoy sacude a la opinión pública de la calle en la que se cuentan las aventuras y desventuras de un ex yerno suyo del que no voy a dar su nombre, aquel que fue el marido de su hijastra Rocío. Y fue entonces cuando, en la traición misma de este viejo periodista, Judas, que iba a preguntarle por otra cosa mucho más grande y más importante, tuvo que acudir al subterfugio de la pregunta que deseaba la calle, el chisme por encima de la verdad, lo mínimo por encima de lo máximo, lo más humano por encima y por debajo de lo más divino. Y le hice la pregunta que no

tenía nada que ver con la noticia, sabiendo como sabía que en ese momento, y no en otro, crecería la audiencia, ladraría la jauría de la calle, treparían los índices y podríamos quizás alcanzar un punto que tanta falta nos hacía para poder sobrevivir en la lucha de la tarde. Y fue entonces cuando el torero, mirándome a los ojos, se subió la camisa (lo hizo en otro programa también anoche) y volvió a mostrar las 24 cicatrices de sus tremendas cornadas, rosa pálido y duro sobre la vieja piel del tiempo y del miedo, y me dijo cara a cara: “Yo quiero hablar de otra cosa, maestro, más importante. Quiero hablar hoy del dolor ajeno, del alzheimer, que hace dos enfermos, el que lo sufre y el que sufre al que lo sufre. Y por eso me voy a jugar la vida en unos días. Lo otro no merece la pena tocarlo, pero sí aprovecho la ocasión para decir que hay que juntar los afectos, hablar más que gritar, no romper sino unir, erradicar la violencia de la palabra, si es preciso, pedir perdón. Hay que atar y no desatar. Hay que buscar la paz en esta guerra de la palabra sin sangre que estamos entre todos levantando”.

Cuando se apagaron las luces de la entrevista, ayer mismo a estas horas, en su casa de La Moraleja, yo entoné mi pecado, reconocí mi traición y le dije: “Lo cierto es que a veces no se puede torear como Curro Romero todo el rato, maestro. Y te lo dice quien es compadre de dos toreros: el Cordobés y Curro Romero, como yo soy. El arte es bueno, es lo mejor, pero a veces para tirar del ‘respetable’ lo que hay que hacer es el ‘salto de la rana’”. Y entonces el de Cartagena, que ha vuelto de la muerte tantas veces, me dijo: “Maestro, entonces el ‘respetable’ no es ‘el respetable’ porque es que se han roto todos los esquemas”. Es cierto. La condición humana, tan discutida como indiscutible, ha abocado al espectador, al lector, al oyente a la catástrofe personal. Hemos naufragado en el intento de llegar a la cumbre porque hemos ensuciado, hemos llenado de basura, generalmente, salvo extrañas y muy contadas excepciones, el camino que llega hasta lo más alto.

Luis del Olmo, Juan Luis Cebrián, Antonio Franco e Iñaki Gabilondo acaban de titular estos días en los periódicos a seis columnas: “También se hace terrorismo con la basura de la información”. Es clave. Es el terrorismo de la palabra. No sé quién fue ahora, quizás un ministro francés, quien aseguró en su momento que las palabras no mataban como las pistolas. Mentira. Las palabras matan, destruyen, acaban con el alma y con el cuerpo, agostan, hacen sucumbir vidas y familias, toda una vida a veces destruida en un segundo. Estamos rizando el rizo del mal gusto, de la calumnia, de la falta de información y de la fidelidad. Cambiamos el rigor por el hedor. Sabemos que la condición humana adora aquello de asomarse al ojo de la cerradura, porque queremos saber y comparar. Se lo dice a ustedes quien ha

escrito varias entregas de libros, incluso de una serie de mujeres, titulado “Humanas y divinas”, en la que lo importante, la trampa permitida –porque el secreto radica en lo más fácil– es contar quizá lo más humano que hay en las divinas y lo más divino que hay en las que parecen tan humanas. Más que un juego de palabras es una terapia o una fórmula de despertar el interés de los nuestros.

He sido durante muchos años redactor jefe de *Hola*. Incluso ahora, cuando soy de cuando en cuando columnista (en el número de hoy mismo, y no por hacer publicidad, publico la crónica de la entrega de los premios Príncipes de Asturias, a la que he acudido a lo largo de veintitrés años de mi propia vida), los textos han de ser desde el rigor, de la misma manera que las fotos han de ser como buenos documentos gráficos desde el amor. Esto es, lo primero la verdad, lo primero el buen gusto; en *Hola* se busca que los servicios jurídicos trabajen lo menos posible, y de hecho así ocurre, salvo en muy honrosas excepciones en las que lo que primó fueron otras cuestiones distintas a las verdaderas. Siempre recordaré que en la línea del límite del filo de la navaja de la ética y de la estética, que es por cierto también la estética al mismo tiempo, en el primer número de *Hola* al que yo acudí como redactor jefe, ya se planteó el problema de qué es lo que debió mandar en la portada de la revista tras la muerte del torero El Yiyo. Teníamos todo el material de la gran cornada sobre la mesa y en la dirección (mi jefe Eduardo, doña Mercedes, la presidenta, y la confeccionadora, a la que algún día habrá que otorgar el premio al buen gusto y sobre todo a la calidad humana y al constante trabajo periodístico, dando siempre lo mejor de cada uno) no sabíamos qué ofrecer. Pero lo entendieron enseguida. Lo entendimos todos porque era la norma de la casa. Había que dar lo mejor sobre lo peor. En la portada, El Yiyo triunfador en su toro primero, y el titular: “Esta fue la última faena gloriosa de El Yiyo. Poco después (en letras más pequeñas) encontraría la muerte”. No se quería que la sangre mandara en el titular, en la primera, que no salpicara desde el kiosco. Y estaba toda la información. Dentro estaban las fotos del escalofrío, todas y sin rodeos, la sangre sobre la sangre.

Esta misma mañana he trabajado a pie de micrófono para toda España en el programa *Protagonistas* de Luis del Olmo, como desde hace unas semanas entre las diez y las once. Y estoy rodeado. Ellos llegaron a este micrófono antes que yo, a este programa de dos profesionales espléndidos, de eso que se llama la información rosa, que el rosa no es más que un color, es otro más en el iris, solo que está muy degradado. Es como cuando dicen: el corazón, información del corazón. El corazón es la víscera fundamental. Somos nosotros los que hemos hecho una mala historia

del corazón. Ahí está M<sup>a</sup> Eugenia Yagüe, reportera extraordinaria que contrasta las informaciones hasta el final, éticamente. Está Hilario López Millán, esa leyenda del sur en el mundo de la comunicación, que sobre la miseria humana pone el aire de la copla hablada, el acento, una cierta humildad morena y sobre todo, sobre todo, compasión, ternura y piedad por nuestros personajes. Que nada ensucie más lo que ya de por sí está lleno de herrumbre.

Jamás como ahora se ha pronunciado tanto la palabra querella. Querella para arriba, querella para abajo. Los pobres abogados, y los ricos abogados también, que van y vienen por los juzgados acompañando a los protagonistas de la actualidad, cargados de papeles y de fotógrafos. Los *paparazzi* montan guardia a la puerta de los famosos con el celo y la implacabilidad de los cazadores de cabezas de Borneo. Se escupe sobre el recuerdo y la memoria de los muertos que se fueron y que se remueven en sus tumbas, por la sencilla razón, fundamentalmente cobarde, de que los muertos no están en pie. Porque solo queda su memoria. Y la condición humana, insisto en la condición humana, quiere comparar con urgencia sus propios problemas, esconder sus angustias cotidianas, sus catástrofes domésticas que son tantas y tan dolorosas en lo que es el espejo oscuro de los demás. Cuánto cuesta estar ahí arriba, pobrecitos los ricos, triste mundo el de los famosos, son basura, son miseria como nosotros.

En el descanso del combate de cada día el ama de casa, quebrada y a veces incluso con una pierna atada a la pata de la cama, como en las viejas historias del piso y del barrio, del pueblo y de la placeta, se asoma a esa ventana a la calle que es la televisión, el periódico, la radio y a ese agujero en el techo de su vida que es la miseria de los grandes.

## **La responsabilidad de los periodistas**

Se sabe que la audiencia sube ante determinadas palabras, palabras sueltas. Se sabe sobre todo, geográficamente, geoméricamente, que cuanto más se grita más se ve. Hemos llegado al momento en que todo vale. Y yo lo digo desde el fondo del pozo en el que habito aunque a veces me ayude con el salvavidas de mis propios principios personales porque siempre quise ser feo, gordo, viejo y solo; si no una voz que clama en el desierto, por lo menos alguien que pretenda justificar incluso lo injustificable.

Hay quien dice que, puesto que son ellos el espejo en el que se mira la sociedad de nuestro tiempo, tienen la obligación de ser ejemplares y transparentes. Pero

tampoco se puede pedir milagros. Los límites éticos de la información de la sociedad no se inician en nuestros personajes y en nuestros sucesos, se inician en nosotros mismos, en que debemos conocer nuestras limitaciones más que las de los miembros del conjunto del que hablamos. Y en que es muy fácil llenar de agua sucia el suelo, que si hay que rectificar ya se hará en su momento. Eso es imposible. El daño ya se ha hecho pero no sólo a nuestros protagonistas, sino también a los que beben de las oscuras y diarias fuentes de nuestros personajes. Por eso tenemos que saber los límites y los principios sin necesidad de llevar un libro de leyes a mano sino en el catecismo de las buenas costumbres, aquello que no se aprende en los papeles sino en el corazón, en la conciencia, más que en la ciencia. Somos nosotros los primeros que, al proteger nuestra verdad, roja, rosa, amarilla, blanca, negra incluso, del color que sea, tenemos la obligación de proteger a los demás. Tenemos que saber hasta dónde llegamos, dónde hemos cruzado la raya, y lo digo en esta sala, en este ciclo donde sé que se están diciendo tan grandes verdades que van desde la ley hasta la costumbre.

Nombres muy brillantes y conocedores del mar de los Sargazos de esta información de hoy ya han levantado aquí su voz autorizada. Y los que quedan, los mejores de este tiempo, también lo harán. Pero sepamos que no se puede dar y no se debe dar siempre, siempre, porque así lo exija nuestra propia supervivencia, la carne envenenada que necesita la jauría que nos alimenta. Hay que matizar, hay que frenar, hay que templar, hay que pesar, hay que sopesar, hay que cuidar; y si hay que sonreír, pues a veces, como quien tiene el cuchillo de la gran verdad entre los dientes, se hace; y si hay que trabajar con la cámara oculta y si es que hay que denunciar, se hace, jugándose a veces la vida en el límite. Siempre hay un límite, pero nunca rebasándolo por dar satisfacción a los que nos siguen, nunca ejerciendo la labor de los jueces y de los fiscales, ni de los verdugos, que muchas veces lo somos por el sólo hecho de decir ampulosamente la verdad, que hay que decir la verdad, que es un axioma, porque en muchas ocasiones no lo hacemos para arreglar el mundo sino simplemente para alcanzarlo (y se lo digo a ustedes, que he hecho desde programas para mayores, hasta quien ha estado a punto de encontrar la muerte por dos veces en América, de ahí mi amor profundo americano). Desde la cierta serenidad que me da la edad, setenta años de vida, cincuenta como pocos contándola, sin ser catastrofista aunque del sur venga y sea fatalista como buen granadino, consciente como es uno de que, con un pedazo de pan con aceite, un libro abierto y la música de los pájaros en los árboles, hoy he leído que Perucho, un escritor enorme, un periodista fundamentalmente, que se nos acaba de morir en Barcelona, decía: "Últimamente ya no puedo leer los libros, pero me tengo que

limitar a olerlos y a escuchar el sonido de sus hojas paso a paso". Sirva en su recuerdo. "Harto de ser más contador de historias como soy, más contador de histerias, sé que el día que deje de hacerlo yo me habré muerto del todo porque sé que es verdad lo que ha dicho Pérez Reverte, Alatríste: 'Tico Medina sabe que el día que pare, palma'. Consciente de todo esto he venido aquí esta tarde siquiera una hora a esta cátedra formidable en esta tierra en la que tanto hermoso de contar encontré para deciros a los que empezáis quizá que, por favor, por amor, usando la palabra de mi padre ¡por Dios!, por vuestra propia libertad, por vuestra propia vocación, porque este es un oficio de pasión, haceros saber que hay que contrastar, que hay que medir, que no todo vale, que el que cuenta las historias tiene tantas sombras o más, tantas miserias y tantos agujeros negros como el firmamento de las estrellas al que se asoma. Por eso hay que medir, saber sentir lo que se pregona, que se debe saber el daño que se hace, no sólo al que se le hace, sino al que lo vive, lo presencia y lo multiplica.

Sobre la mesa de trabajo de uno, junto al fiel y parece que leal ordenador (ya sabéis que el ordenador me hizo una faena tremenda cuando estaba escribiendo esta mañana, porque ya sabéis que el ordenador puede ser tu peor amante o tu mejor esclavo) hay que tener un libro de la ley. Claro que sí, aunque nadie lo lee. Pero hay que tener otro sobre la lengua, en última edición, el más reciente para consultarlo. Pero sobre todo hay que tener el libro de la buena memoria, el pulso honesto, la verdad de que no siempre todo es válido, aquello que heredamos de la madre que nos parió.

Somos más que narradores. A veces nos hemos convertido, para el bien y para el mal, más que en basureros en basura al mismo tiempo. Perro no come carne de perro, dice el viejo modismo profesional, que suena bien pero que no es cierto. Ahora más que nunca, perro come carne de perro. Y lo hacemos más que para convivir para sobrevivir. Cuando me siento a la máquina del ordenador, cuando voy anotando mortalmente rosa, como diría Umbral, en mis cuadernos de camino, cada día más peregrino, huyendo de mí mismo quizá, cada vez más caminante, sigo buscando en el ser humano lo mejor de su cosecha. Yo sigo justificándolo. Y la verdad es que no es fácil. Y os diré una cosa, a veces no es incluso ni una buena mercancía para vender en las posadas de la información del sendero mediático.

Una vez me llevaron al banquillo. Yo, que había hecho durante tantos años en la televisión, cuando era tan difícil hacerlo, *La hora de la verdad*, *Juicio sumarísimo*, *Tercer grado*, *Las doce cuerdas*, mucho antes de que muchos de ustedes hubieran nacido incluso, libros, programas, multas, la censura, la censura, la

censura... Y me llevaron al banquillo porque, haciendo la ruta de la merluza, en una parada, en un chigre desde Vigo hasta Madrid, un chigre de piedra y vino sucio de camioneros que no tenían más remedio que parar entre la niebla de la madrugada, escribí aquella taberna o de aquella taberna en la que, dije, sobraba el cerdo vivo y faltaba el cerdo muerto. Porque el ventero era un desastre. Y porque faltaba, sin embargo, el buen jamón. Yo entendí que por jugar a las palabras en este país en el que nos pierde un titular o una frase o un dicho y con el que podemos hacer más daño que una puñalada, entendí también que las palabras, en efecto, ya entonces hieren, hacen sangrar, denuncian y llegan a matar incluso.

El momento es difícil, la jauría está suelta y el corazón lo hemos convertido en una plaza pública. Los videos te espían, los teléfonos públicos están controlados, las máquinas apuntan a tu ropa íntima puesta a secar en la terraza más privada de la casa. Os podría decir una cosa muy importante. Han sido comprados mayordomos y perreros. No hay tregua. No hay control. Te jalean a veces los propios consejos de administración. Tu moral es la que manda por encima de lo escrito.

Vienen ahora, dentro de unos momentos, grandes profesionales, cada uno en lo suyo de esta pelea y de este combate, viene Rosa Ballarín, redactora jefa de *Diez Minutos*, la revista en la que yo empecé en el mundo rosa hace muchísimos años, periodista verdadera que conoce mejor que yo los avatares de su oficio, desde la redacción en jefe. Yo diría que más que “diez minutos” es toda una vida. “¿Qué sabe nadie!”, podría decir ella de su revista breve y brava. Estará también Javier Cremades, abogado y humanista, conocedor de las leyes, hombre de la razón y del corazón, que a veces es la razón de la sinrazón. Y estará, lo siento porque no ha venido, Anne Igartiburu, a la que le tenía preparado un piropo y se lo voy a decir: que me serena el ánimo al mediodía, que me gusta tanto porque me inyecta en vena belleza y paz de espíritu, porque hace un rosa puro y bueno, porque además yo podría decir algo muy importante recordando al poeta, porque aunque los mares en calma aguardan dentro las grandes tempestades, Anne es la única que me dice cada día a mí buenas tardes corazón, que tanta falta me hace, bálsamo para mis males del corazón roído como una manzana, como estáis viendo, por el gusano de la discordia, de la envidia, de la indiferencia, pero en el que siempre brilla la esperanza.

Y mañana, si Dios quiere, habrá muchos más y mejores. Perdonadme el aire de misionero que he traído esta tarde. Yo no quiero redimir, no quiero predicar. Yo sólo soy un pecador. Pero que sí quiere deciros a vosotros desde la pasión, que es mi bandera de combate, desde la vocación más que desde el oficio, que es mucha la

responsabilidad que tenemos y que esa terrible y hermosa palabra no está en los libros, o además de en los libros, en las leyes, empieza por uno mismo.

A mí lo que me gusta cada día más es *El Camino*, y no me quiero morir sin volver hacerlo, aunque sea lo último que haga. Contar las extraordinarias historias de las gentes sencillas, no conocidas, que son los grandes protagonistas del planeta, de cada día... Una buena forma de irse de esto sería esa, pero la verdad es que me gusta ser libre y verdadero. Me gusta, en el fondo, porque aparte de en la forma y en lo estético, que lo cuido, "estético" Medina, a mí lo que me gusta es contar y contar bien, con responsabilidad, para que mis nietas no escupan a mi rostro el día de mañana. Porque soy además de la tierra de las metáforas. Y porque yo peleo conmigo mucho desde el límite, sobre el fuego abierto de mis principios personales. Porque hago lo posible cada día por ser cada día más "ético Medina."

---

## **BIBLIOGRAFÍA**



- ABEL, Richard L., *Speech and Respect*, Sweet and Maxwell, Londres, 1994.
- ALEGRE MARTÍNEZ, Miguel Ángel, *El derecho a la propia imagen*, Tecnos, D.L., Madrid, 1997.
- AMAT LLARI, Eulalia, *El derecho a la propia imagen y su valor publicitario*, La Ley, Madrid, 1992.
- AZURMENDI ADARRAGA, Ana, *El derecho a la propia imagen: su identidad y aproximación al derecho a la información*, Civitas, Madrid, 1997.
- BAUZÁ MARTORELL, Felio José, *Régimen jurídico de la videovigilancia*, Marcial Pons, Madrid, 2004.
- BERCOVITZ RODRIGUEZ-CANO, Rodrigo, *Legislación sobre el honor, la intimidad y la propia imagen*, Tecnos, Madrid, 1988.
- CABALLERO GEA, José Alfredo, *Derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen: calumnias e injurias: síntesis y ordenación de la doctrina de los tribunales*, Dykinson, 2004.
- CONCEPCIÓN RODRÍGUEZ, José Luis, *Honor, intimidad e imagen: un análisis jurisprudencial de la L.O. 1/1982*, Bosch, Barcelona, 1996.
- COSSU, Cipriano, "Dal caso Soraya alla nuova legge sulla tutela della riservatezza", *Contratto e impresa*, 1988.
- CREVILLÉN SÁNCHEZ, Clemente, *Derechos de la personalidad: honor, intimidad personal y familiar y propia imagen en la jurisprudencia*, Actualidad Editorial, Madrid, 1994.
- FERRARI, Vincenzo, PISTONE, Valentina, COMINELLI, Luigi y FRATI, Silvia, *Cultura giuridica in formazione. Il concetto di riservatezza nella giurisprudenza civile*, *Sociologia del diritto*, vol. XXVII, 3, 2000, pp. 5-51.

- FRIEDMAN, Lawrence M., *The Legal System. A Social Science Perspective*, Russell Sage Foundation, Nueva York, 1975.
- GALANTER, Marc, *Why the 'Haves' Come Out Ahead: Speculations on the Limits of Legal Change*, *Law and Society Review*, 1, vol. 9, 1974, pp. 95-160.
- GARCÍA GARCÍA, Clemente, *El derecho a la intimidad y dignidad en la doctrina del Tribunal Constitucional*, Universidad de Murcia, Murcia, 2003.
- HERCE DE LA PRADA, Vicente, *El Derecho a la propia imagen y su incidencia en los medios de difusión*, José María Bosch Editor S.A., Barcelona, 1994.
- HERRERO-TEJEDOR, Fernando, *Honor, intimidad y propia imagen*, Colex, Madrid, 1994.
- HIGUERAS, Inmaculada, *Valor comercial de la imagen: aportaciones del "right of publicity" estadounidense al derecho a la propia imagen*, Eunsa, Pamplona, 2001.
- PASCUAL MEDRANO, Amelia, *El derecho fundamental a la propia imagen: fundamento, contenido, titularidad y límites*, Aranzadi Editorial, Cizur Menor, 2003.
- PINO, Giorgio, *Il diritto all'identità personale. Interpretazione costituzionale e creatività giurisprudenziale*, il Mulino, Bologna, 2003.
- RAVANAS, Jacques, *La protection des personnes contre la realisation et la publication de leur image*, Librairie Générale de Droit et de Jurisprudence, París, 1978.
- ROMERO COLOMA, Aurelia María, *Honor, intimidad e imagen de las personas famosas*, Civitas, Madrid, 2001.
- ROVIRA SUEIRO, María E., *El Derecho a la propia imagen. Especialidades de la responsabilidad civil en este ámbito*, Comares, Granada, 2000.
- ROYO JARA, José, *La protección del derecho a la propia imagen: actores y personas de notoriedad pública según ley 5 de mayo de 1982*, Colex, Madrid, 1987.
- RUIZ Y TOMÁS, Pedro, *Ensayo sobre el derecho a la propia imagen*, Reus, Madrid, 1931.
- SARAZÁ JIMENA, Rafael, *Libertad de expresión e información frente a honor, intimidad y propia imagen*, Aranzadi, Pamplona, 1995.

TOVILLAS MORÁN, José María, *El tratamiento tributario del derecho de imagen*, Marcial Pons, Barcelona - Madrid, 2001.

VERCELLONE, Paolo, *Il diritto sul proprio ritratto*, Unione Tipografico-Editrice Torinese, Turín, 1959.





