

1. *Medios de comunicación y violencia:
Recopilación de legislación y códigos
deontológicos*

Hugo Aznar y David Calatayud

*Profesores del Dpto. de CC. Jurídicas y Ética del Centro
de Ciencias de la Información CEU San Pablo (Valencia)*

I. LEGISLACIÓN

1. Ámbito Internacional

1.1. Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos del 19 de Diciembre de 1966

Art. 19.1. Nadie puede ser molestado a causa de sus opiniones

2. Toda persona tiene derecho a la libertad de expresión; este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección.
3. El ejercicio del derecho previsto en el párrafo 2 de este artículo entraña deberes y responsabilidades especiales. Por consiguiente, puede estar sujeto a ciertas restricciones que deberán, sin embargo, estar expresamente fijadas por la ley y ser necesarias para:
 - a) Asegurar el respecto a los derechos o a la reputación de los demás
 - b) La protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas.

Art. 20.1. Toda propaganda a favor de la guerra estará prohibida por la ley

2. Toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituya incitación a la discriminación, la hostilidad o la violencia estará prohibida por la ley.

1.2. Convenio Europeo para la protección de los Derechos Humanos y libertades fundamentales (Roma, 4 de Noviembre de 1950)

Art. 10.2. El ejercicio de estas libertades (libertad de expresión y de información), que entrañan deberes y responsabilidades, podrá ser sometido a ciertas formalidades, condiciones, restricciones o sanciones previstas por la ley, que constituyan medidas necesarias, en una sociedad democrática, para la seguridad nacional, la integridad territorial o la seguridad pública, la defensa del orden y la prevención del delito, la protección de la salud o de la moral, la protección de la reputación o de los derechos ajenos, para impedir la divulgación de informaciones confidenciales o para garantizar la autoridad y la imparcialidad del poder judicial.

1.3. Convenio europeo sobre televisión transfronteriza (Estransburgo, 5 de Mayo de 1989).

Deseosos de ofrecer al público una mayor selección de servicios de programas que permitan valorizar el patrimonio y desarrollar la creación audiovisual en Europa, y decididos a lograr este objetivo cultural haciendo esfuerzos por aumentar la producción y circulación de programas de alta calidad, respondiendo así a las esperanzas del público en los ámbitos de la política, la educación y la cultura; (...)

Art. 7. Responsabilidades del radiodifusor

1. Todos los elementos de los servicios de programas, por su representación y contenido, deberán respetar la dignidad de la persona y los derechos fundamentales ajenos. En particular, no deberán:
 - a) Ser contrarios a las buenas costumbres y en especial contener pornografía
 - b) Prestar relieve a la violencia ni incitar al odio racial
2. Los elementos de los servicios de programas que puedan perjudicar el pleno desarrollo físico, psíquico y moral de los niños o adolescentes no deberán transmitirse cuando, debido al horario de transmisión y de recepción, estos puedan contemplarlos.

2. Ámbito nacional

2.1. Constitución española 1978

Art. 20.1. Se reconocen y protegen los derechos

- a) a expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción.

- b) a la producción y creación literaria, artística, científica y técnica. (...)

Art. 20.4. Estas libertades tienen su límite a el respecto de los derechos reconocidos en este Título, en los preceptos de las leyes que lo desarrollen y, especialmente, en el derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen y a la protección de la juventud y de la infancia.

2.2. Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al Ordenamiento Jurídico español la directiva 89/552/CEE de "Televisión sin fronteras"

Art. 17. Protección de los menores frente a la programación

1. Las emisiones de televisión no incluirán programas ni escenas o mensajes de cualquier tipo que puedan perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores, ni programas que fomenten el odio, el desprecio o la discriminación por motivos de nacimiento, raza, sexo, religión, nacionalidad, opinión o cualquier otra circunstancia personal o social.
2. La emisión de programas susceptibles de perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores y, en todo caso, de aquellos que contengan escenas de pornografía o violencia gratuita sólo podrá realizarse entre las veintidós y las seis horas y deberá ser objeto de advertencia sobre su contenido por medios acústicos y ópticos.

Lo así dispuesto será también de aplicación a los espacios dedicados a la promoción de la propia programación.

2.3. Ley 7/1984, de 4 de julio, de creación de Radiotelevisión Valenciana de la Generalitat Valenciana

Art. 2.1. La actividad de los medios de comunicación social de la Generalitat se inspirará en los principios siguientes: (...)

- d) La protección de la juventud y de la infancia, evitando la exaltación de la violencia y la apología de hechos y conductas atentatorias a la vida, la libertad y la igualdad de hombres y mujeres.

2.4. Ley 34/1988, de 11 de Noviembre, General de Publicidad

Art. 3. Es ilícita

- a) La publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente en lo que se refiere a la infancia, la juventud y la mujer.

2.5. Resolución de 17 de Abril de 1990, de la Dirección de Medios de Comunicación Social, por la que se hacen públicas las normas de admisión de publicidad, aprobadas por el Consejo de Administración del ente público Radiotelevisión Española

Art. 13. Criterios generales de protección

La publicidad a emitir por TVE, S. A, no deberá perjudicar a los menores y deberá respetar los siguientes criterios para su protección:

- a) No incitará directamente a los menores a la compra de un producto o la contratación de un servicio, explotando su inexperiencia o su credulidad, ni a persuadir a sus padres o a terceros para que lo hagan.
- b) No explotará la especial confianza de los menores en sus padres, profesores y otras personas.
- c) No presentará a menores en situaciones peligrosas o susceptibles de inspirar actitudes violentas, injustas, insolidarias o antipedagógicas.

Art. 14. Especialidades de la publicidad de juguetes.

Sin perjuicio de lo dispuesto en la norma anterior, se aplicarán a la publicidad de juguetes las siguientes reglas:

- a) Se rechazará la relativa a juguetes que impliquen exaltación de belicismo o la violencia o que sean reproducción de armas. Asimismo, de los que utilicen medios que puedan resultar peligrosos para los niños.

2.6. Real Decreto 1067/1983, de 27 de Abril, por el que se desarrolla el título primero de la Ley 1/1982, de 24 de febrero, regulador de las salas especiales de exhibición cinematográfica.

Art. 9. Las películas de carácter pornográfico o que realicen apología de la violencia serán calificadas como películas X por resolución del Ministerio de Cultura (...)

Art. 13. La publicidad de las películas destinadas a las Salas X sólo podrá utilizar los datos de la ficha técnica y artística de cada película, con exclusión de toda representación icónica o referencia argumental, deberá hacer constar la advertencia de su proyección exclusiva en dicha sala. Dicha publicidad sólo podrá ser exhibida en el interior de los locales donde se proyecte la película y en

las "carteleras" informativas o publicitarias de los periódicos y demás medios de comunicación social. En ningún caso, el título de la película podrá explicitar el carácter pornográfico o apologético de la violencia de la misma (artículo 6º de la ley 1/1982).

2.7. Orden de 30 de Junio de 1983 sobre la clasificación de películas cinematográficas

Art. 4.1 Cuando las películas sean calificadas para ser exhibidas en salas comerciales o de arte y ensayo, se especificará la edad del público para las que se consideren recomendadas, con arreglo a los siguientes grupos:

- ✓ Especial infancia
- ✓ Para todos los públicos
- ✓ No recomendadas para menores de siete años
- ✓ No recomendadas para menores de trece años
- ✓ No recomendadas para menores de dieciocho años

2. Las anteriores calificaciones tendrán carácter puramente orientador y, en consecuencia, no podrá prohibirse la entrada, por tal motivo, en el local de exhibición a las personas con edad inferior a las señaladas en cada caso.

II. CODIGOS DEONTOLÓGICOS

1. **Ámbito Internacional**

1.1. Código Internacional de ética periodística de la UNESCO

(Publicado en París el 21 de noviembre de 1983)

Los abajo firmantes, organizaciones internacionales y regionales de periodistas profesionales; subrayando el papel cada vez más importante que juegan la información y la comunicación en el mundo contemporáneo, tanto a nivel nacional como internacional, y la responsabilidad social creciente que reposa sobre los medios de comunicación y los periodistas;

Recordando la declaración de la UNESCO en 1978 sobre los principios fundamentales relativos a la contribución de los medios de comunicación al refuerzo de la paz y la comprensión internacional, a la promoción de los

derechos del hombre y la lucha contra el racismo, el apartheid y la incitación a la guerra, así como otros muchos instrumentos de la comunidad internacional referidos a la promoción de las relaciones pacíficas y democráticas en el campo de la información y de la comunicación;

Acuerdan los principios siguientes de ética profesional del periodismo (...)

Art. 8. Respecto a los valores universales y a la diversidad de culturas.

El verdadero periodista defiende los valores universales del humanismo, en particular la paz, la democracia, los derechos del hombre, el progreso social y la liberación nacional, y respeta el carácter distintivo, el valor y la dignidad de cada cultura, así como el derecho de cada pueblo a escoger libremente y desarrollar sus sistemas político, social, económico o cultural. El periodista participa también activamente en las transformaciones sociales orientadas hacia una mejora democrática de la sociedad y contribuye, por el diálogo, a establecer un clima de confianza en las relaciones internacionales, de forma que favorezca en todo la paz y la justicia, la distensión, el desarme y el desarrollo nacional. Incumbe al periodista, por ética profesional, el conocer las disposiciones existentes sobre este tema y que están contenidas en las convenciones internacionales, declaraciones y resoluciones.

Art. 9. La eliminación de la guerra y otras grandes plagas a las que la humanidad está confrontada.

El compromiso ético por los valores universales del humanismo previene al periodista contra forma de apología o de incitación favorable a las guerras de agresión y la carrera armamentística, especialmente con armas nucleares, y a todas las otras formas de violencia, de odio o de discriminación, especialmente con armas nucleares, y a todas las otras formas de violencia, de odio o de discriminación, especialmente el racismo y el apartheid, y le incita a resistir a la opresión de los regímenes tiránicos, a extirpar el colonialismo y el neocolonialismo, así como a las otras grandes plagas que afligen a la humanidad, tales como la miseria, la malnutrición o la enfermedad. Haciéndolo así, el periodista puede contribuir a eliminar la ignorancia y la incomprensión entre los

pueblos, a hacer los ciudadanos de un país sensibles a las necesidades y deseos de los otros, a asegurar el respeto de los derechos y de la dignidad de todas las naciones, de todos los pueblos y de todos los individuos, sin distinción de raza, sexo, lengua, nacionalidad, religión o convicciones filosóficas.

1.2. Resolución 1003 sobre Ética del Periodismo de Consejo de Europa

(Aprobada por unanimidad el 1 de julio de 1993)

Art. 33. En la sociedad se dan en ocasiones situaciones de tensión y conflicto generadas por la presión de factores como el terrorismo, la discriminación de las minorías, la xenofobia o la guerra. En tales circunstancias los medios tienen la obligación moral de defender los valores democráticos: el respeto de la dignidad humana y la resolución de los problemas a través de medios pacíficos y tolerantes. En consecuencia, deben oponerse a la violencia y al lenguaje del odio y de la confrontación y rechazar toda discriminación por motivos de cultura, sexo o religión.

Art. 34. Cuando se trata de defender los valores democráticos nadie debe permanecer neutral. En este sentido los medios deben jugar un importante papel en la prevención de las tensiones y deben alentar la comprensión mutua, la tolerancia y la confianza entre las distintas comunidades en regiones donde exista conflicto, tal y como lo ha hecho la Secretaría General del Consejo de Europa con sus medidas destinadas a favorecer la confianza en la antigua Yugoslavia.

Art. 35. Teniendo en cuenta la especial influencia de los medios, y sobre todo de la televisión, en las actitudes de los niños y los jóvenes, debe tomarse la precaución de no difundir programas, mensajes o imágenes que glorifiquen la violencia, exploten el sexo y el consumismo o utilicen un lenguaje deliberadamente inconveniente.

2. Ámbito Nacional

2.1. Código Deontológico de la profesión periodística de la Federación de Asociación de la Prensa de España (FAPE)
(Aprobado en la Asamblea Ordinaria de la FAPE, en Sevilla, el 27 de noviembre de 1993)

Art. 7. El periodista extremaría su celo profesional en el respeto de los derechos de los más débiles y los discriminados. Por ello, debe mantener una especial sensibilidad en los casos de informaciones u opiniones de contenido eventualmente discriminatorio o susceptibles de incitar a la violencia o a prácticas inhumanas o degradantes.

2.2. Código Deontológico del Colegio de Periodistas de Cataluña

(Presentado oficialmente en el II Congreso de Periodistas Catalanes, el 1 de noviembre de 1992)

Art. 12. Actuar con especial responsabilidad y rigor en el caso de informaciones u opiniones con contenidos que puedan suscitar discriminaciones por razones de sexo, raza, creencia o extracción social y cultural, así como incitar al uso de la violencia, evitando expresiones o testimonios vejatorios o lesivos para la condición personal de los individuos y su integridad física y moral.

2.3. Código deontológico del Grupo Correo

(Publicado en todos los periódicos del grupo el 3 de mayo de 1994)

Art. 3. El periodista deberá perseguir la objetividad, para lo cual diferenciará adecuadamente información y opinión. Aquélla deberá ser lo más descriptiva posible y ésta se ajustará a determinados valores éticos fundamentales: respeto a los derechos humanos –de acuerdo con la Declaración Universal de 1948–, con especial énfasis en el repudio a cualquier forma de racismo; afición a los métodos democráticos de debate y controversia, con rechazo explícito a cualquier expresión de violencia; respeto a la intimidad personal de los ciudadanos y defensa de los valores de la infancia y de la comunidad familiar, que habrá de compaginarse con el lícito derecho a la información.

2.4. Convenio sobre principios para la autorregulación de las cadenas de televisión en relación con la infancia y la juventud

(Firmado, el 26 de marzo de 1993, por el MEC, las Consejerías de Educación de las CC.AA de Andalucía, Catalunya, Galicia, Madrid, País Vasco y Comunidad Valenciana, y las cadenas de televisión públicas y privadas (TV Española, RTV Andalucía, Corporación Catalana de Radio y Televisión, RTV Madrid, RTV Vasca, RTV Valenciana, Antena 3 Televisión, Canal Plus y Tele Cinco)

Conscientes del relevante papel que desarrolla la televisión en la sociedad española y de la influencia que ejercen en la misma y, en particular, en el público infantil y

juvenil; conscientes asimismo de la importancia de fomentar los valores formativos y de protección de la infancia y de la juventud, así como del propio potencial educativo que el medio televisivo contiene, (...); a instancias del Ministerio de Educación y Ciencia, que ha desempeñado un papel impulsor, con la activa colaboración de las Consejerías de Educación de las Comunidades Autónomas respectivas, (...); las cadenas de televisión abajo firmantes han considerado la conveniencia de formular con carácter autorregulador, las líneas maestras de un marco de conducta relativo a la protección de la infancia y la juventud, en relación principalmente con la violencia, la discriminación, el consumo de sustancias perjudiciales, el sexo y el lenguaje, con respecto a la libertad de empresa y la independencia de programación de cada cadena.

Esta declaración de principios, y las orientaciones que establece, están dirigidos a propiciar la convivencia democrática en el marco de la Constitución Española y de los Estatutos de Autonomía, que consagran la libertad de expresión, así como el respeto y la protección de los ciudadanos, y, en particular, de los menores de edad.

El acuerdo responde, asimismo, a la voluntad de contribuir a los fines formativos a los que alude la normativa general de educación, entre los que resalta el de proporcionar el pleno desarrollo de la personalidad en el respeto y ejercicio de los derechos, libertades y valores fundamentales. (...)

En el libre ejercicio de esta responsabilidad las cadenas de televisión, en el contexto de las estrategias de la programación de cada una ellas.

- 1º Declaran su voluntad de favorecer, especialmente en la programación dirigida al público infantil y juvenil, los valores de respeto a la persona, de tolerancia, solidaridad, paz y democracia, en el marco establecido por la Constitución Española, por la legislación propia del sector audiovisual y por los compromisos que pudieran adquirirse por España en el marco de la Comunidad Europea y la Comunidad Internacional.
- 2º En consecuencia con lo anterior, acuerdan favorecer, a través del medio televisivo, la difusión de valores educativos y formativos, cultivando el potencial formativo de la televisión, sin perjuicio de otras funciones que el medio televisivo tiene.
- 3º Asimismo declaran su voluntad de evitar la difusión de mensajes o imágenes susceptibles de vulnerar de forma gravemente perjudicial los valores de protec-

ción de la infancia y la juventud, especialmente en relación con:

- a). La violencia gratuita ofensiva hacia las personas, cuya presencia se evitará cuando contenga una crueldad traumatizante para el público infantil o juvenil.
- b). La discriminación por cualquier motivo, para lo que se evitará la difusión de mensajes atentatorios para la dignidad de las personas o que impliquen discriminación o desprecio hacia ellas en razón de su color, raza, sexo, religión o ideología.

En relación con la violencia y la discriminación, no se puede ignorar ni ocultar a los menores que vivimos en un mundo en el que, por desgracia, existe. No se trata de ocultar la violencia sino de presentarla como merecedora de ser imitada. (...)

Ámbito e interpretación de las normas

La declaración de principios que se contiene en el presente documento se configura como un marco en el que las cadenas de televisión que lo suscriben desarrollarán su actividad. Se trata de unos principios que definen el objetivo a lograr, permitiendo que cada cadena, dentro de su libertad e independencia de programación, trate de alcanzarlo empleando para ello los criterios que estime más adecuados, particularmente en lo que concierne a los valores humanos, formativos y educativos que tienen interés en promover.

Las orientaciones indicadas deberán tenerse en cuenta tanto en la programación propiamente dicha, cuanto en la publicidad que de ella se difunda en programas dirigidos a la audiencia infantil y juvenil o que se transmita por otros medios de difusión.

En cualquier caso, y atendiendo también a la responsabilidad exigible a los padres, las cadenas de televisión advertirán, al comienzo de los espacios emitidos en los horarios de previsible audiencia infantil, si existen escenas de violencia o sexo que puedan dañar la sensibilidad infantil.

Las cadenas de televisión y el Ministerio de Educación y Ciencia, en su condición de impulsor del presente Convenio, realizarán el seguimiento de lo previsto en el mismo a través de reuniones conjuntas, en el marco de

colaboración que este acuerdo representa, con el fin de acordar consensuadamente las iniciativas y recomendaciones necesarias para el mejor cumplimiento de los compromisos asumidos.

2.5. Estatuto de la Redacción de Radiotelevisión Valenciana (RTVV)

(Aprobado por el Consejo de Administración de RTVV el 19 de septiembre de 1996)

Art. 4. Dentro de las orientaciones de la Ley de Creación de la entidad pública Radiotelevisión Valenciana, los principios que regirán los informativos de TVV y RAV se condensan en los términos siguientes:

4.1 Los informativos de TVV y RAV son veraces, imparciales y objetivos, defensores de la democracia pluralista, y asumen el compromiso de guardar el orden democrático y legal establecido en la Constitución y en el Estatuto de Autonomía de la Comunidad Valenciana. Dentro de este marco, acogerá todas las tendencias, excepto aquellas que propugnen la violencia, la xenofobia, el racismo o cualquier otra actitud inconstitucional para el cumplimiento de sus finalidades.

2.6. Libro de estilos de TeleMadrid

(Aprobado por el Consejo de Administración el 26 de junio de 1993)

Art. 10. (...) El periodista deberá ser especialmente prudente en el tratamiento de las informaciones sobre suicidios. Únicamente se informará sobre suicidios cuando se trate de personas de gran relevancia o cuando constituyan noticia de interés sociológico.

2.7. Código de conducta publicitaria de la Asociación de Autocontrol de la Publicidad (AAP)

(Aprobado en la Asamblea General Extraordinaria de la AAP el 19 de diciembre de 1996)

Ámbito de aplicación

Art. 1.1. Estas normas deontológicas se aplican a toda actividad de comunicación publicitaria tendente a fomentar, de manera directa o indirecta y sean cuales fueren los medios empleados, la contratación de bienes o servicios, o el potenciamiento de marcas o nombres comerciales. (...)

Normas deontológicas

Art. II.2. Respeto a la legalidad vigente. La publicidad debe respetar la legalidad vigente y de manera especial los valores, derechos y principios reconocidos en la Constitución.

Art. II.4. Explotación del miedo. La publicidad no ofrecerá argumentos que se aprovechen del miedo, temor o supersticiones de los destinatarios. Los anunciantes podrán recurrir al miedo, siempre proporcionado al riesgo, para alentar un comportamiento prudente o desalentar acciones peligrosas, imprudentes o ilegales.

Art. II.5. No incitación a la violencia. La publicidad no sugerirá, ni incitará, directa o indirectamente, a la violencia, ni sugerirá ventajas en las actitudes de violencia.

Art. II.9. Publicidad discriminatoria. La publicidad no sugerirá circunstancias de discriminación ya sea por razón de raza, nacionalidad, religión, sexo u orientación sexual, ni atentará contra la dignidad de la persona.

III. OTROS DOCUMENTOS

Declaración de Bilbao

(Aprobada por periodistas de 70 países reunidos en Bilbao, del 2 al 4 de mayo de 1997, en la Conferencia Mundial de la FIP "La Hora de la Tolerancia")

Reconocido la amenaza a la paz y la democracia por el incremento de la violencia racial en comunidades urbanas, la extendida intolerancia religiosa, guerra y genocidio creciente por rivalidades étnicas, y el prejuicio contra minorías nacionales basándose en el estatus social y lingüístico; (...)

condenando todos los intentos y prácticas de manipular los medios y usar a los periodistas para propósitos de propaganda en conflictos raciales, étnicos y sociales;

deplorando que la excesiva comercialización de los medios de comunicación ha provocado la indiferencia de los profesionales del periodismo ante los efectos del racismo y la intolerancia; (...)

declaramos que todos los periodistas a nivel nacional, regional e internacional deben unirse para redefinir los principios fundamentales de la profesión relativos a la

independencia y el respeto por la verdad con el fin de cumplir cabalmente la misión de los medios en apoyo de la ciudadanía, la tolerancia y la democracia. (...)

Son los mismos periodistas quienes tienen que tomar conciencia de que la ignorancia y la falta de conocimiento de las diferentes culturas, tradiciones y creencias dentro de los medios conducen a los estereotipos que refuerzan actitudes racistas y estimulan los extremismos políticos.

En particular, los periodistas deben estar conscientes y cuidadosos del potencial que tienen sus palabras e imágenes en sociedades marcadas por las luchas civiles y la exclusión social debido a miedos y aprehensiones profundamente arraigados.