

16.05.08

AUC considera que Telma Ortiz se equivocó con su demanda, pero sigue pendiente en código deontológico en materia de privacidad y derecho a la información

La ASOCIACION DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN (AUC) no está sorprendida por la decisión de la jueza, ya que estimar la petición de la demandante hubiera supuesto una censura previa, ejercida, desde al ámbito judicial, a todas luces desproporcionada.

No obstante, AUC considera que en España no existe protección suficiente para la privacidad y la intimidad de las personas, y sería necesaria una reflexión de todos los agentes implicados para llevar adelante un sistema de regulación voluntaria que hiciera compatible la libertad de informar, el derecho a ser informado y la privacidad e intimidad como derecho personalísimo de los ciudadanos.

La Asociación considera que, desde el punto de vista legal, debe primar sobre todo el derecho de los ciudadanos a recibir información veraz, reconocido por la Constitución Española en su artículo 20. De ese derecho se deriva a su vez el derecho a informar, que puede quedar limitado en ciertos casos en favor de otros derechos como el de la protección de la infancia, el honor y la intimidad de las personas.

Determinar en cada caso qué derecho prima no es fácil, y así se desprende de la jurisprudencia del Tribunal Constitucional existente hasta el momento. Hay que valorar la relevancia de la información (su importancia, pero también su interés social), la dimensión pública de los afectados, el hecho del que se informa, el espacio público, privado o íntimo en el que se produce ese hecho, etc. Todo ello es lo suficientemente complejo como para que las decisiones se adecuen a cada caso, sean generalmente a posteriori y no colectivas y previas como en la demanda se planteaba.

Sin menoscabo de lo anterior, AUC cree necesario la colaboración de todas las partes interesadas para elaborar un código deontológico que aporte criterios sobre los límites que no deberían de traspasarse en la información de interés humano, y que se traduzca en un compromiso firme por parte de publicaciones, emisoras y cadenas. En Gran Bretaña tuvo que morir Lady Di para que la prensa asumiera un decálogo de esta naturaleza, que con todas sus luces y sombras cambio en buena parte el panorama mediático. Esperemos que aquí no sea necesario el aldabonazo de una tragedia para reflexionar.

Para más información:

Esperanza Rodríguez (91 501 67 73)
Alejandro Perales (600 56 46 92)