

Universidad Miguel Hernández de Elche
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche

Titulación de Periodismo

Trabajo Fin de Grado

Curso Académico 2020-2021



**Ética en los medios de comunicación y desaparición de
menores: estudio del caso de Yéremi Vargas en *El País* y
Madeleine McCann en *The Guardian***

Ethics in the media and disappearance of minors: study of
the case of Yéremi Vargas in *El País* and Madeleine
McCann in *The Guardian*

Alumna: Laura Hernández Tarí

Tutora: Carmen María López Rico

Resumen

Los medios de comunicación han ido avanzando con el paso de los años a pasos agigantados. Y con ellos, las normas éticas elegidas para la publicación y divulgación de la información.

Pero, con la aparición del amarillismo a finales del siglo XIX, empezaron a ser todavía más necesarias esas pautas éticas, puesto que este tipo de periodismo se basa en conseguir audiencia sin importar los derechos que puedan verse vulnerados, es decir: todo vale si se consigue hacer negocio y aumentar la audiencia.

Desde la primera creación de los códigos deontológicos se ha recorrido un largo camino a favor de aquellas personas que son los protagonistas de la información, ya que su protección es cada vez mayor.

En la mayoría de países europeos, pero sobre todo en Gran Bretaña y España (que es donde se centra nuestro objeto de estudio) existen elementos de autorregulación de distintos tipos de los medios de comunicación.

Es importante, sobre todo, proteger a los menores de edad en la información que se de, puesto que son uno de los colectivos más vulnerables de nuestra sociedad y no pueden defenderse como un adulto lo haría. Es más, todo lo que se publique y resulte perjudicial para ellos puede suponer que su vida quede marcada para siempre.

Por esto, en este trabajo de Fin de Grado se han estudiado dos casos de desapariciones de los menores Yéremi Vargas y Madeleine McCann y si el tratamiento informativo en los diarios *El País* y *The Guardian* es ético o no.

Para ello, se ha utilizado el análisis de contenido como método, siendo la muestra de análisis un total de 28 noticias, nueve en el caso del pequeño Yéremi Vargas y el resto referidas a Madeleine McCann.

Palabras clave: Madeleine McCann, Yéremi Vargas, *The Guardian*, *El País*, ética periodística

Abstract

The media has made great strides over the years. And with them, the ethical standards chosen for the publication and dissemination of information.

However, with the appearance of yellow journalism at the end of the 19th century, these ethical guidelines have become even more necessary, given that this type of journalism is based on getting an audience regardless of the rights that may be violated, meaning: anything goes if you manage to do business and increase your audience.

Since the first creation of the deontological codes, a long way has been travelled in favour of those people who are the protagonists of the information, since their protection is increasing.

In most European countries, but especially in Great Britain and Spain (which is where our object of study is centred) there are elements of self-regulation of different types of media.

It is important, above all, to protect minors in the information that is given, since they are one of the most vulnerable groups in our society and cannot defend themselves as an adult would. What is more, anything published that is harmful to them may mean that their lives are marked forever.

For this reason, in this end-of-grade paper we have studied two cases of disappearances of minors Yéremi Vargas and Madeleine McCann and whether or not the treatment of information in the newspapers *El País* and *The Guardian* is ethical.

For this, content analysis has been used as a method, being the sample of analysis a total of 28 news items, nine in the case of little Yéremi Vargas and the rest referring to Madeleine McCann.

Key words: Madeleine McCann, Yéremi Vargas, *The Guardian*, *El País*, journalistic ethics

Índice de contenidos

1. Introducción.....	6
1.1. Objeto de estudio	6
1.2. Objetivos.....	6
2. Conceptos jurídicos relacionados con el secuestro de menores	7
2.1. Concepto de desaparición forzada de personas	7
2.2. Concepto de delito de secuestro.....	7
2.3. El concepto de la Libertad de Expresión	8
3. Conceptos básicos de la deontología periodística relacionados con la desaparición de menores.....	10
3.1. Ética periodística y ética de la comunicación.....	10
3.2. Definición de sensacionalismo	11
3.3. El concepto de infoentretenimiento	11
4. Herramientas deontológicas periodísticas para informar sobre menores	12
4.1. Códigos deontológicos.....	12
4.2. Herramientas deontológicas en Europa	13
4.2.1. Código Europeo de Deontología del Periodismo.....	14
4.3. Herramientas deontológicas en Gran Bretaña	17
4.4. Herramientas deontológicas en España	20
4.4.1. Protección de la infancia y juventud en prensa y medios audiovisuales	21
4.4.2. Código Deontológico del Colegio de Periodistas de Cataluña	22
4.4.3. Código Deontológico FAPE	22
5. Herramientas deontológicas en los medios analizados	24
5.1. The Guardian	24
5.2. El País	25
6. Metodología.....	27
7. Resultados.....	32
7.1. El caso de Yéremi Vargas en <i>El País</i>	32

7.1.1. Distribución de la información publicada durante el periodo de muestra analizado	32
7.1.2. Análisis del clickbait en los elementos de titulación de las noticias analizadas.....	33
7.1.3. Análisis de las suposiciones y de la garantía del respeto al derecho al honor, al dolor y a la intimidad	34
7.1.4. Utilización de los nombres propios en la muestra analizada	35
7.1.5. Mención de la nacionalidad de los presuntos sospechosos	36
7.1.6. Análisis del contenido audiovisual de las noticias	37
7.1.7. Uso de recursos como la entrevista o la inserción de declaraciones	39
7.1.8. Análisis de la muestra para saber si las noticias aportan información nueva	40
7.2. El caso de Madeleine McCann en <i>The Guardian</i>	41
7.2.1. Análisis del clickbait o amarillismo en los titulares	41
7.2.2. Análisis del número de noticias y la influencia en la información nueva que estas puedan aportar.....	42
7.2.3.	43
7.2.4. Uso de los nombres propios.....	44
7.2.5. Nacionalidades mencionadas en la información publicada	46
7.2.6. Respeto a los derechos de imagen, al dolor o a la intimidad	47
7.2.7. Análisis de las entrevistas en las noticias	48
8. Conclusiones.....	50
9. Bibliografía.....	51

1. Introducción

1.1. Objeto de estudio

En esta investigación se analizarán dos medios de comunicación (*El País*, en España y *The Guardian*, en Reino Unido en los casos de desaparición de Yéremi Vargas y Madeleine McCann) y la ética utilizada en estos para comprobar, a través de la utilización de una hoja de codificación, si cumplen con las normas que hay escritas en sus códigos deontológicos.

1.2. Objetivos

El objetivo principal de este Trabajo de Fin de Grado es estudiar el tratamiento informativo, desde un punto de vista ético, de los casos de las desapariciones de los menores de edad Yéremi Vargas y Madeleine McCann para comprobar si los medios propuestos (*The Guardian* en Reino Unido y *El País* en España), obedecen a esas normas éticas de la profesión o, si, por el contrario, recurren al amarillismo o sensacionalismo para generar morbo e intentar ganar, de este modo, lectores.

Asimismo, otro objetivo perseguido en este trabajo es analizar la diferencia entre dos diarios que, en teoría, siguen la misma ideología política de centro-izquierda para así averiguar si las líneas éticas seguidas en el tratamiento de desaparición de menores son las mismas o existen diferencias notorias. De este surge la hipótesis de que dos medios de ideologías parecidas, aunque sean de distintos países, siempre darán una información con unas características parecidas.

Del mismo modo, otro de los objetivos perseguidos en este trabajo es analizar si los medios propuestos emplean esos códigos éticos que tienen implantados o, si, por el contrario, existen diferencias destacadas entre la teoría (el código ético) y la práctica (la publicación de la noticia).

2. Conceptos jurídicos relacionados con el secuestro de menores

2.1. Concepto de desaparición forzada de personas

La desaparición forzada de personas ha supuesto, hasta el día de hoy, uno de los más graves delitos en contra de los derechos humanos, así como una muestra de una falta total de humanidad.

La desaparición forzada de personas es una de las más atroces violaciones a los derechos humanos, debido a la brutalidad de sus conductas constitutivas y a la pluralidad de víctimas que involucra. La persona desaparecida, en efecto, no es la única afectada por este crimen, dado que su comisión vulnera los derechos de los familiares y otras personas cercanas e, incluso, cuando la desaparición viene cometida en el marco de crímenes de lesa humanidad, la sociedad en su conjunto sufre los embates de este ilícito, debido al carácter sistemático y generalizado de este tipo de crímenes, a la ausencia de información sobre las víctimas y al clima de temor e incertidumbre que se expande en el tejido social (Taibi, 2019, págs. 131-132).

Taibi concluye que esta definición se caracteriza por tres elementos comunes: la privación de la libertad, negar la información y el sujeto activo. Por tanto, las penas quedan impuestas como consecuencia de estos (Taibi, 2019).

Del mismo modo, añade:

La privación de libertad es una de las conductas esenciales de la desaparición forzada. Generalmente, se realiza de una manera ilícita, mediante el secuestro o la detención ilegal. Sin embargo, es posible que la privación de libertad sea legal ab initio. Para que en este último caso se configure una desaparición forzada, es necesario que, en un momento posterior, la privación de libertad se torne ilegal. Esta consecuencia, en principio, se produce cuando se deniega la información sobre la víctima (Taibi, 2019, pág. 178).

2.2. Concepto de delito de secuestro

Tanto como para la jurisprudencia y la legislación españolas, el delito de secuestro se trata de la privación de la libertad de alguien, demandando posteriormente que se cumplan unos requisitos, como una compensación económica, para que la persona pueda ser puesta en libertad. Esta privación de la libertad también puede darse por motivos políticos o por

venganza. En estos casos, por lo general, también se exigirá el cumplimiento de las condiciones demandadas (Martión Cano, 2008).

A lo largo de la historia, el secuestro se ha considerado como la privación de la libertad, igual que en la actualidad. Sin embargo, lo que ha cambiado de este concepto es el fin con el que este se lleva a cabo. Anteriormente, el secuestro tenía un fin patrimonial. Y, aunque en la actualidad este es también uno de los motivos, también existe una intención de venganza, fin político o incluso ambos (Martión Cano, 2008).

De este modo, se pueden distinguir tres tipos de secuestro en función de la intención: financiero, cuando el fin es obtener un bien lucrativo; por venganza, cuando lo que se busca es infligir un daño o, por último, político (Martión Cano, 2008).

Del delito de secuestro se deben excluir conceptos como aviones, cadáveres, vehículos o ciberinformación, entre otros, ya que no corresponden a la privación de la libertad de una persona (Martión Cano, 2008).

Existe un *modus operandi* que se sigue a la hora de privar a alguien de su libertad, que consiste en seleccionar a la víctima para, posteriormente, acecharla y enclaustrarla para así conseguir una negociación a cambio de su puesta en libertad. Cuando esta se lleva a cabo, la persona tomada como rehén se libera (Martión Cano, 2008).

Además, existen varios protagonistas en este delito, conocidos como el rehén, los extorsionados y el extorsionador. Cuando este último no actúa en solitario, sino que lo hace en grupo, existe una jerarquía parecida a la del ajedrez, lo que permite diferenciar al autor de los partícipes del delito (Martión Cano, 2008).

2.3. El concepto de la Libertad de Expresión

La libertad de expresión se encuentra recogida en la CE 1978, concretamente en el Artículo 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. c) A la libertad de cátedra. d) A comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión. La ley regulará el derecho a la cláusula de conciencia y al secreto profesional en el ejercicio de estas libertades.

2. El ejercicio de estos derechos no puede restringirse mediante ningún tipo de censura previa.

3. La ley regulará la organización y el control parlamentario de los medios de comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público y garantizará el acceso a dichos medios de los grupos sociales y políticos significativos, respetando el pluralismo de la sociedad y de las diversas lenguas de España.

4. Estas libertades tienen su límite en el respeto a 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.

5. Sólo podrá acordarse el secuestro de publicaciones, grabaciones y otros medios de información en virtud de resolución judicial (Constitución Española, 1978, págs. 12-13).

Sin embargo, un estudio realizado por M^a Luisa Humanes en el año 1998 demostró que no todos los periodistas estaban seguros de que el ejercicio de este derecho se cumplía, ya que este dejó en evidencia que tan solo el 2% de profesionales se mostraban muy de acuerdo ante la afirmación de que el ejercicio de la Libertad de Expresión se cumplía. Sin embargo, el 77,3% aseguraron que estaban poco o nada de acuerdo con esta afirmación. En el año 1990, la Asociación de Prensa realizó una encuesta en la que los datos coincidían: casi el 100% de los profesionales de la información de los que fueron encuestados afirmaban que era necesario respetar las normas deontológicas que se habían acotado para así evitar el sensacionalismo. De este modo, el 79% decían que los límites de la Libertad de Expresión se encontraban en las leyes penales (Humanes, 1998).

Por otro lado, en el mismo estudio, se pidió a los periodistas que relacionasen distintos supuestos con los límites del derecho a la Libertad de Expresión. Como resultado de la encuesta, únicamente el 3,3% de los encuestados creía que este debería limitarse bastante en los casos relacionados con la vida privada. Asimismo, en lo referido al derecho de rectificación, solo lo consideraban el 0.5%. Lo más destacable de la encuesta que realizó Humanes fue que la respuesta más recurrente entre los encuestados era ‘no sabe/no contesta’ (Humanes, 1998).

Humanes concluía, por tanto, que los periodistas daban más importancia al hecho de publicar noticias que a las consecuencias que pudiesen provocar las informaciones expuestas (Humanes, 1998).

3. Conceptos básicos de la deontología periodística relacionados con la desaparición de menores

3.1. Ética periodística y ética de la comunicación

La palabra ética, en su origen etimológico y según Bonete Perales (1995), proviene de *ethos*, es decir, la forma de ser a partir de unos actos o hábitos. Es por eso que la ética de la información tiene una estrecha relación con la moral de los periodistas y los criterios que este aplica a la hora de conseguir la información y difundirla, así como el tratamiento que le da a esta (citado en Villanueva, 1999).

Por otro lado, López Talavera define la ética periodista como un grupo de normas que sirven para orientar la conciencia moral del profesional de la información. Estas normas quedan reflejadas en los códigos de la ética periodística. Este término, además, persigue dos propósitos: el primero, y con el fin de que la profesión se mantenga íntegra, es fijar unas normas con un marco común. El segundo propósito es el de definir las obligaciones morales y los derechos de todo periodista (López Talavera, 2016).

De este modo, López Talavera concluye que:

La credibilidad, la eficacia y utilidad de la ética de la comunicación deriva del hecho de surgir de las aspiraciones y necesidades sentidas por los propios profesionales de la comunicación, y no por organismos externos que impongan esta ética de la comunicación (López Talavera, 2016, pág. 44).

Asimismo, Suárez Villegas hace una diferenciación entre la ética profesional y la ética de los profesionales. Esta última es más cultural, puesto que depende de aquello relacionado con la educación que haya podido recibir cada persona (Suárez Villegas, 2013).

Por esto, para Suárez Villegas, la deontología periodística queda a medio camino entre la ética y el derecho (Suárez Villegas, 2013).

Asimismo, la deontología periodística desea lograr dos objetivos fundamentales: “1) Asegurar los fines de la actividad, lo que significa adoptar como principio de actuación de tutela de los derechos de los administrados y 2) Reforzar los acuerdos internos y establecer deberes y derechos entre los profesionales” (Suárez Villegas, 2013, págs. 1-2).

3.2. Definición de sensacionalismo

Tal y como afirma Redondo, el término sensacionalismo se ha visto envuelto en una controversia desde el momento en el que apareció en la segunda mitad del siglo XIX; aunque es cierto que, en gran parte de estos debates, no se han incluido grandes argumentos ni estudios y, por tanto, el análisis de este término ha terminado siendo una mera crítica por parte de sus detractores (Redondo García, 2011).

Actualmente, el término sensacionalismo se ha ido popularizando hasta ser utilizado con regularidad, tanto como por teóricos como por periodistas o trabajadores de la información. Del mismo modo, también es usado por el público consumidor de esta. Del mismo modo, Redondo declara que “el vocablo se ha ido cargando de connotaciones negativas, hasta el punto de que ha terminado por ser definitorio de todas aquellas formas de periodismo que se ejercitan violentando las normas éticas y deontológicas de la profesión” (Redondo García, 2011, pág. 9).

La evolución de este término, según Antón Crespo, se remonta a los años 80 y 90 del siglo XIX, conocido entonces como periodismo amarillista o *yellow press*.

Las noticias que se generan en el periodismo amarillista son noticias consideradas artificiales que pueden llegar a suscitar el interés de la audiencia. Este periodismo está caracterizado por el morbo y el uso de elementos más llamativos. Entre sus temas, los más destacados son los cotilleos, escándalos políticos y todo lo relacionado con crónica social, también conocida como prensa rosa, entre otros. El lenguaje usado en este tipo de periodismo es descriptivo, ya que así ayuda a fomentar la imaginación de quienes consumen este tipo de información (Antón Crespo, 2015).

3.3. El concepto de infoentretenimiento

Según Thomas (1990), el infoentretenimiento es una tendencia presente en los medios de comunicación, cuyo objetivo es mostrar la información como si esta fuese un espectáculo con el fin de atraer así más audiencia (citado en García Avilés, 2007). De este modo, según Langer (1998), “la trasmisión de lo real se subordina a las técnicas propias de la ficción y el entretenimiento” (citado en García Avilés, 2007, pág. 51) Así, los medios audiovisuales presentan un nuevo estilo de noticia: una combinación de humor con tragedia donde se funden lo nuevo, lo conflictivo o lo espectacular con lo que resulta el quid de la cuestión. De este modo, las también conocidas como otras noticias alejan la atención de la audiencia sobre temas que resultan más importantes, y son sustituidos por

asuntos de interés humano, curiosidades o entretenimiento, entre otras. Sparks y Tulloch (2010) denominan a esta tendencia periodismo tabloide. Por su parte, Prado, Delgado, García, Huertas, Larrégola y Perona (1999) lo demoninan *Infoshow*:

El *Infoshow* subsume en sus fórmulas elementos de los géneros informativos, de los de ficción y de los de entretenimiento. Reresenta una nueva forma de presencia de la Información que se espectaculariza en sus formas y da cabida como protagonistas de las historias narradas a gente común, convirtiendo la televisión en el reino de los cualquiera (citado en García Avilés, 2007, pág. 51).

4. Herramientas deontológicas periodísticas para informar sobre menores

La situación que encontramos en nuestro país en referencia a los menores ha cambiado debido a la aprobación de algunas leyes orgánicas, como son la lo 1/96 (Ley de Protección Jurídica del Menor) y la LO 5/500 (Ley Penal del Menor), así como una política de carácter más activo y comprometido en el ámbito fiscal (Aznar, 2005).

Pero, aunque exista un marco jurídico que, en cierto modo, proteja al menor, no quita que deban existir también unos códigos deontológicos asumidos por los profesionales (Aznar, 2005).

Aunque es cierto que, globalmente, la situación no es la misma que en nuestro país, ya que, entre otras cosas, esa protección al menor no se encuentra a un nivel tan avanzado como podría estar en España. Además, el alcance que puede tener estas legislaciones es de carácter limitado, puesto que no traspasa las fronteras de los países que tienen el privilegio de gozar de dichas legislaciones (Aznar, 2005).

4.1. Códigos deontológicos

Para Aznar, los códigos deontológicos, también conocidos como códigos de conducta, de práctica o de ética profesional aglutinan una serie de criterios y/o normas relacionadas con la moral que exigen el compromiso de cumplimiento para aquellas personas que lleven a cabo cierta actividad profesional (Aznar, 1996).

Además, lo que les diferencia de los códigos de conducta, es que los códigos deontológicos tratan temas de carácter más fundamental para el ejercicio profesional, o lo que es lo mismo, esos aspectos relacionados con la dimensión ética de la profesión (Aznar, 1996).

4.2. Herramientas deontológicas en Europa

En Europa fue aprobada *La Charte des devoirs professionnels des journalistes français* en el año 1918 por el Sindicato Nacional de Periodistas de Francia. Se considera uno de los primeros códigos éticos creado de la mano de periodistas con el objetivo de influir positivamente en el contenido de las informaciones expuestas en los países del continente. Este se revisó en los años 1923 y 1938. En 1964 sirvió para sentar las bases de un código mucho más completo, en el que se añadían a él los trabajadores de la información radiofónica y televisiva. Este se adoptó en 1965 por la Federación Nacional de los Sindicatos y Asociaciones Profesionales de Periodistas Franceses (Aznar, 1999, pág. 35).

Además, en los países escandinavos “se aprobaron también en las primeras décadas del siglo una serie de códigos éticos en los países escandinavos: Suecia en 1923, Finlandia en 1924 y Noruega en 1936. Estos códigos, con modificaciones posteriores, siguen vigentes en la actualidad” (Aznar, 1999, pág. 35).

De este modo, todo lo anteriormente explicado inicia un primer período histórico respecto a los códigos deontológicos que comenzará en el S.XX y se extenderá hasta la Segunda Guerra Mundial. Estos códigos aparecieron por la ingente necesidad de crear unas normas morales en los medios que empezaron a crecer en el siglo XIX sin ningún tipo de consideración ética, ya que estos poseían gran influencia por la importancia social y económica que poseían, la cual iba en aumento con el paso de los días. Del mismo modo, los periodistas querían crear una identidad profesional con la que se sintiesen identificados basándose en ideas como el respeto a algunas normas básicas de carácter deontológico. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos, este tipo de códigos supusieron un hito aislado y sin apenas auge en la profesión periodística. A pesar de esto, se continuaron sentando, poco a poco, unos pilares fundamentales de la ética periodística (Aznar, 1999).

Asimismo, la Segunda Guerra Mundial supuso un gran cambio en lo relacionado a la comunicación social, puesto que, a partir de ese momento, los medios de comunicación iban a suponer un papel fundamental en la sociedad. A partir de este momento, se iniciaba un nuevo período marcado por el reconocimiento de la información como un derecho humano fundamental en el artículo 19 de la Declaración de Derechos Humanos, aprobada en el año 1948, lo que favoreció que se viesen de otro modo los códigos éticos del periodismo y hubiese otro fundamento informativo (Aznar, 1999).

Podemos colocar una tercera etapa a partir de los años 60, ya que las iniciativas relacionadas con la ética periodística de carácter internacional fueron en aumento. De este modo, en el año 1971 se aprobó la Declaración de deberes y derechos de los periodistas, más comúnmente conocida como Carta de Múnich, por los sindicatos de prensa de la Comunidad Económica Europea. Esta declaración de deberes y derechos poseía una gran novedad: recogía tanto los derechos como los deberes de los profesionales del periodismo (Aznar, 1999).

Pero el documento de este tipo más importante, según Blázquez (1995) y Aznar (1999), se aprobó el 21 de noviembre de 1983 por la UNESCO. Este documento se conoce como Principios Internacionales de la Ética Profesional del Periodismo (Citado en Aznar, 1999).

4.2.1. Código Europeo de Deontología del Periodismo

En nuestro continente, la discusión del Consejo de Europa en lo referido a la ética periodística se empieza a llevar a cabo en septiembre del año 1991, concretamente en Helsinki. Esta terminará el 1 de junio de 1993 con la aparición del Código Europeo de Deontología del Periodismo (Núñez Encabo, 2006).

Se tomará como precedente la manipulación que se da en la información proporcionada respecto a la conocida Guerra del Golfo, a la que se unieron un gran número de países europeos. Esto sirvió para dejar ver que era necesaria una autorregulación ética en los medios de comunicación en un marco europeo de carácter común (Núñez Encabo, 2006).

Así, tal y como señala Núñez Encabo:

El acto de ejercer el periodismo en Europa comprende derechos, deberes, libertad y responsabilidad que se fincan en principios éticos. Se presentan 38 artículos con los títulos: 1) Noticias y opiniones. 2) El derecho a la información como derecho fundamental de las personas, editores, propietarios y periodistas. 3) La función del periodismo y su actividad ética. 4) Los estatutos de la redacción periodística. 5) Situaciones de conflicto y casos de protección especial. 6) Ética y autocontrol en el periodismo. Y recomendación al comité de ministros (Núñez Encabo, 1995).

La aprobación de este código fue noticia en algunos medios españoles como *El País*, ya que supuso un gran cambio en cuanto a las medidas referidas a la ética periodística, puesto

que, desde este momento, existía un marco y unos criterios comunes a la hora de publicar noticias.



Figura 1: Noticia publicada en *El País* tras la aprobación del código de ética periodística. Fuente: Beaumont (2 de julio 1993)

Por otro lado, en la siguiente tabla aparecen reflejados los primeros códigos deontológicos de países europeos. Es importante que, además del marco común que tenemos gracias al Código Europeo de la Deontología del Periodismo, exista en cada país una autorregulación que ayude a mejorar y evitar que las informaciones queden supeditadas a los intereses de grandes empresas o se muevan por lo que la audiencia demande, sin importar nada más. En nuestro país, tal y como explicaremos más adelante, uno de los códigos deontológicos más recientes es el del Colegio de Periodistas de Cataluña, que fue aprobado el 1 de noviembre del año 1992. Otro relativamente reciente, además de importante en nuestro país es el Código Deontológico de la Profesión Periodística de la FAPE, que se aprobó un año después, el 28 de noviembre. Su aprobación supondrá un antes y un después en la relación de los periodistas con las normas morales y éticas en cuanto a la publicación de ciertas informaciones se refiere, ya que estas normas quedarán reflejadas en un documento oficial con el que la mayoría de profesionales deberían estar de acuerdo.

Recientes códigos europeos

PAÍS	DOCUMENTO	FECHA
Alemania	Código del Consejo de Prensa	15-05-1996
Bulgaria	Reglas de ética de la Unión Nacional de Periodistas	6-03-1994
Cons. Europa	Resolución 1003 sobre Ética del Periodismo	1-07-1993
Croacia	Código de ética de la Asociación de Periodistas	27-02-1993
Dinamarca	Código Nacional de Conducta aprobado en el Parlamento Danés	1-01-1992
Eslovaquia	Código de ética del Sindicato de Periodistas	19-10-1990
Eslovenia	Código de los Periodistas de la Asociación de Periodistas	1993
España	Código deontológico del Colegio de Periodistas de Cataluña	1-11-1992
	Código deontológico de la Profesión Periodística de la FAPE	28-11-1993
Finlandia	Pautas para la Correcta Práctica Periodística	1-01-1992
Gran Bretaña	Código de Práctica Periodística de la PCC y los Editores de prensa	1-01-1991
	Código de conducta de la Unión Nacional de Periodistas (NUJ)	29-06-1994
Hungría	Código de ética de la Asociación Nacional de Periodistas	1994
Italia	Carta de los Deberes de los Periodistas de la Federación Nacional de la Prensa y la Orden de los Periodistas	8-07-1993
	Código de autorregulación de las televisiones italianas para tutelar a los menores	27-12-1997
Letonia	Código de ética de la Unión de Periodistas	28-04-1994
Luxemburgo	Código deontológico de la Prensa adoptado por el Consejo de Prensa	4-12-1995
Malta	Código de ética del Club de la Prensa y el Instituto de la Radiodifusión	11-1991
Noruega	Código de ética de la Asociación de la Prensa	14-12-1994
Polonia	Código de ética de la Asociación de Periodistas	09-1991
Portugal	Código deontológico del Periodista del Sindicato de Periodistas	4-05-1993
Rusia	Código de ética profesional de la Federación de Periodistas	23-06-1994
Suecia	Código de conducta de Prensa, Radio y Televisión adoptado por el Consejo de Prensa	08-1995

Figura 2: fechas y títulos de los códigos deontológicos europeos más recientes. Fuente: (Núñez Encabo, 2006, pág. 69)

Por otro lado, en la figura 3 aparecen las distintas herramientas deontológicas en países europeos y su estatus. Con una sola herramienta, la mayoría de temas quedarían en el aire de tal forma que no pudiese abarcarse todo. Es por eso que, aunque el tema es común (la regulación de las informaciones bajo un mismo marco ético), deben existir distintas herramientas para los diferentes grupos audiovisuales que existen en el mundo del periodismo:

	Alemania	Austria	Dinamarca	España	Estonia	Francia	Polonia
Códigos Prensa	Bajo	Inexistente	Implantado	Implantado	Bajo	Implantado	Implantado
Códigos Audiovisual	Inexistente	Inexistente	Implantado	Implantado	Inexistente	Implantado	Bajo
Códigos Online	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Bajo	Inexistente
Defensor Prensa	Bajo	Bajo	Bajo	Implantado	Inexistente	Implantado	Inexistente
Defensor Audiovisual	Inexistente	Inexistente	Implantado	Implantado	Bajo	Implantado	Bajo
Defensor Online	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente
Consejos de Prensa	Implantado	Implantado	Implantado	Inexistente	Implantado	Bajo	Implantado
Consejos audiovisuales	Implantado	Implantado	Implantado	Bajo	Bajo	Implantado	Implantado
Consejos online	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente	Inexistente
Sindicatos periodistas	Implantado	Bajo	Implantado	Implantado	Implantado	Implantado	Implantado
Asociaciones periodistas	Implantado	Implantado	Implantado	Implantado	Implantado	Implantado	Implantado
Asociaciones editores	Implantado	Implantado	Implantado	Implantado	Implantado	Implantado	Implantado
Asociaciones usuario/espectadores	Implantado	Inexistente	Bajo	Bajo	Inexistente	Bajo	Bajo

Figura 3: Herramientas deontológicas en países europeos y estado en el que se encuentran. Fuente: (González Esteban, García Avilés, Karmasin, & Kaltenbrunner, 2011, pág. 4).

4.3. Herramientas deontológicas en Gran Bretaña

Los británicos son bastante receptivos en lo referido a los medios de comunicación, puesto que estos les brindan ocio y entretenimiento debido a su gran catálogo de contenidos y su convergencia multimediática. Ante el avance de estos, lo cual supuso un reto para el Gobierno Británico, se presentó el Libro Blanco sobre Comunicaciones en el año 2000, en el que se marcaron unos objetivos de carácter regulador para la entrada del nuevo milenio. Estos objetivos fueron los siguientes: se liberalizaron los mercados mediáticos para que así se pudiesen introducir nuevos servicios para la audiencia. Asimismo, ante la necesidad de un organismo que regulase el contenido de las televisiones, radios y otras telecomunicaciones, se estableció el *Office of Communications*, más conocido como OFCOM, que reunirá todos los que hasta entonces existían y vigilaría, del mismo modo, los contenidos que se difundiesen en Internet. Del mismo modo, el OFCOM defendería la autorregulación frente a las legislaciones restrictivas y mantendría dos principios fundamentales: la imparcialidad y la exactitud, que tanto han caracterizado a los medios tradicionales del país, como dice el UK Government, White Paper on Communications (2002), citado en Rodríguez Pardo, 2004.

El mencionado con anterioridad Libro Blanco sobre las Comunicaciones se basa en la tradición histórica británica para controlar las actividades referidas a los medios:

El valor otorgado a lo largo de la segunda mitad del siglo XX a la co-regulación, se ha derivado de la capacidad demostrada para conjugar como sistemas de control la

legislación, la autorregulación y la existencia de organismos independientes que, reconocidos legalmente, poseen sus propias reglas de funcionamiento y aplican principios de carácter ético como pautas a seguir en la actuación de los medios. Cuestión aparte es, sin duda, que este sistema haya dado frutos reales más allá de su aparente prestigio (Rodríguez Pardo, 2004, pág. 280).

Así, tomaron como ejemplo el Consejo de Prensa de Suecia establecido en el año 1916 para sugerir la constitución del *Press Council* británico, que ya auguraba desde 1945 la *National Union of Journalists*.

Cuatro años después la primera Royal Comission on the Press sugirió a los propietarios de periódicos la formación del *General Council on the Press*, con objeto de configurar un código de conducta que reflejara un periodismo profesional de calidad y evitara la intervención legislativa del Gobierno (Rodríguez Pardo, 2004, pág. 280).

A la idea mencionada con anterioridad, se sumó la inquietud de algunos periodistas, que se encontraban preocupados por la creciente concentración empresarial de algunos periódicos provinciales unida a la falta de crítica política y una presión desmesurada de los empresarios hacia los trabajadores, como dicen Robertson, Geoffrey y Nicol, Andrew, *Media Law, Sweet and Maxwell* (2002, citado en Rodríguez Pardo, 2004).

Con estas preocupaciones, finalmente en el año 1959 se fundó el *Press Council* (PC). Durante los primeros diez años desde su aparición, este se guio por la legislación que existía en el momento en lo referido al tratamiento de la información. Debido a esto, la segunda *Royal Comission of the Press* invitó al PC en el año 1962 a apartarse de ese criterio gubernamental y lo incitó a constituirse como un órgano autorregulador, para así poder sancionar a la prensa por sus extralimitaciones, pero sin dejar atrás el libre ejercicio de la libertad de información que existía en la época. El estatus de esta institución no era demasiado elevado, ya que demostraba su poca capacidad para ejercer de vigía para que la prensa británica (Rodríguez Pardo, 2004).

A pesar de los esfuerzos puestos, la actitud del *Press Council* continuó siendo la misma durante diez años más aproximadamente, lo que derivó a una tercera *Royal Comission*, la cual comunicó sus preocupaciones ante un organismo cuyos principios eran algo difusos y confusos y cuyas reglas no se respetaban ni demostraban ser efectivas en su objetivo, que era mejorar el ideal ético de los periodistas (Rodríguez Pardo, 2004).

Debido a la falta de sanciones a los medios que cometían faltas, en 1989, el Gobierno creó por ley un órgano que pudiese encargarse de garantizar el derecho a la réplica y a la rectificación de todos aquellos aludidos en las informaciones publicadas. Esta primera iniciativa del gobierno inglés supuso un cambio hacia el camino de la co-regulación, que estaba motivada por una actitud algo indecisa de una institución que, a pesar de luchar por la libertad de expresión e información, tenía que hacer cumplir su deber (Rodríguez Pardo, 2004).

David Calcutt se puso al frente del comité que se encargaría de reformar el *Press Council*. Con este, apareció la idea del *Press Complaints Commission* (PCC), que tendría en cuenta al público como un pilar importante en el proceso de difusión de la información, sin dejar atrás los editores, empresarios y profesionales. Ante esta propuesta, tanto los profesionales de la información como los empresarios se sintieron amenazados y, de este modo, en 1991, pusieron en marcha un nuevo organismo con el fin de juzgar las quejas que existiesen en lo relacionado al cumplimiento del código de conducta (Rodríguez Pardo, 2004).

La salida hacia la autorregulación, frente a la intervención legislativa, se abrió camino como la vía menos agresiva hacia los intereses del sector y obtuvo el beneplácito del Gobierno de John Major, atosigado entonces por la posible repercusión pública de algunas “incorrecciones” de miembros de su gabinete. Finalmente, y con la llegada de laboristas al Poder, la situación de connivencia no varió, entre otras razones por la clara relación de mutua necesidad existente entre profesionales y protagonistas de la noticia, el miedo de los miembros del Gobierno al “destape” de asuntos relacionados con su vida privada, y a la realidad de un mercado cargado de informaciones amarillistas que gozan del beneplácito de los lectores (Rodríguez Pardo, 2004, pág. 282).

Además del PCC, en Gran Bretaña también existía un organismo independiente, el conocido como *Press Wise Trust*, que se fundó en el año 1993 y se considera complementario al anteriormente mencionado, por todas aquellas personas que se consideraban víctimas de los incidentes que hubiese podido provocarles la prensa. Este se ha encargado en varias ocasiones de juzgar las quejas que han llegado al *Press Complaints Commission*. Asimismo, la *National Union of Journalist* tiene también un

código de conducta cuyo cumplimiento es obligatorio para todos sus miembros, aunque su eficacia ha demostrado ser bastante cuestionable (Rodríguez Pardo, 2004).

Por su parte, López Talavera y Barroso Asenjo mencionan el código deontológico actualmente vigente en Gran Bretaña, confeccionado por empresas periodísticas del país en el año 1944. Su texto fue revisado por última vez el 28 de abril de 2004. Este se puede resumir en los siguientes titulares, según los autores: “verdad, objetividad, exactitud, oportunidad de réplica, intimidad y vida privada, acoso y hostigamiento, intromisión en el dolor y la tristeza, dos capítulos dedicados a los niños, reportajes sobre crímenes, víctimas de asaltos sexuales y fuentes confidenciales, entre otros principios” (Barroso Asenjo & López Talavera, 2011, págs. 455-456). Los autores concluyen que no se trata de un buen código, ya que “repite mucho los principios de la ética periodística más sobresalientes” (Barroso Asenjo & López Talavera, 2011, págs. 455-456).

4.4. Herramientas deontológicas en España

Los medios de comunicación de nuestro país se han mostrado reticentes a la hora de adoptar códigos deontológicos, ya que esto supondría coartar la libertad e independencia que estos poseen frente al Estado. Por esto, se han mostrado partidarios de promover herramientas de autorregulación y de crear códigos éticos (González Esteban, García Avilés, Karmasin, & Kaltenbrunner, 2011).

Estos códigos deontológicos más recientes destacan, sobre todo, por dos novedades: por un lado, estos tratan aspectos más concretos de la información proporcionada, como pueden ser el terrorismo, la violencia doméstica o la inmigración, entre otros. Por otro lado, también destaca la colaboración de varios colectivos y entidades no relacionados con los medios de comunicación para su elaboración. Se defienden los valores de la verdad y su compromiso para encontrarla, utilizando las herramientas del contraste de fuentes, investigación de los hechos, entre otros (González Esteban, García Avilés, Karmasin, & Kaltenbrunner, 2011).

Estos códigos deontológicos españoles tienen una utilidad y unas funciones, según Aznar:

La primera ventaja que tienen los códigos deontológicos es el reconocimiento público que se le otorga a la ética de cualquier profesión.

Estos, además de poner de relieve una actividad, establecen unos contenidos de carácter moral muy concretos, que son las normas por las que los profesionales deben regirse. Esta

segunda función se guía por tres aspectos fundamentales: el informativo, el argumentativo y el de aprendizaje.

Otra de las ventajas que suponen estos códigos es que la moralidad de la profesión queda protegida ante las posibles presiones externas que puedan aparecer, como por ejemplo la ejercida por grandes organizaciones.

La adaptación del código deontológico implica que el profesional debe tener un compromiso con las actividades que realice, ya que estas se deberán regir por determinadas pautas y criterios morales.

Puesto que por todo lo anterior mejora el estatus de la profesión que, además está mucho más considerada moralmente, se puede afirmar que los periodistas quedan protegidos frente a ciertos poderes públicos, así como también permite que haya una diferenciación entre aquellos que trabajan por vocación de los que lo hacen con un fin económico.

Finalmente, y con todo esto, queda claro que los códigos son una fuente de información de todo lo relacionado con la ética, tanto profesional como para el público (Aznar, 1999).

4.4.1. Protección de la infancia y juventud en prensa y medios audiovisuales

López Talavera afirma que el respeto a la privacidad e intimidad de los menores de edad deberá considerarse un criterio básico para todas aquellas personas que trabajen en los medios audiovisuales por el daño que estos puedan llegar a sufrir de por vida, puesto que puede llegar a ser de por vida. Asimismo, los menores de edad no tienen las mismas posibilidades de defenderse como pueden llegar a tener los adultos (López Talavera, 2016).

Asimismo, la autora dice que la información sobre los menores sí puede proporcionarse, pero siguiendo ciertos criterios: los nombres y las fotografías de estos deberán ser censurados para evitar la identificación del menor. Aunque estos sean considerados como los culpables de los hechos y no como las víctimas, igualmente sus nombres deberán ocultarse con las siglas (López Talavera, 2016).

López Talavera concluye que, si no se siguen estos parámetros para dar información acerca de los menores de edad, su reinserción en la sociedad puede hacerse mucho más complicada o, a veces, imposible (López Talavera, 2016).

4.4.2. Código Deontológico del Colegio de Periodistas de Cataluña

El primer código deontológico de carácter colectivo en España se aprobó el 1 de noviembre de 1992. Este fue aprobado por el Colegio de Periodistas de Cataluña. Si bien es cierto que con anterioridad existía algún caso aislado como el de la Revista Actualidad Económica, de marzo del año 1888, así como el de la Asociación de Periodistas de Información Económica, más conocido como APIE, de abril del año 1989, no fue hasta que no se aprobó el del Colegio de Periodistas de Cataluña que se empezó a hablar de un avance respecto a los códigos éticos (Aznar, 1999).

En él, se citan algunos derechos a tener en cuenta en relación a la información de menores:

Hay que evitar difundir la identidad de los menores cuando aparecen como víctimas (excepto en supuestos de homicidio y casos de secuestros o desapariciones), testigos o inculcados en causas criminales. Esta consideración es especialmente pertinente en asuntos de especial trascendencia social, tales como delitos sexuales, suicidios, problemas referentes a adopciones o hijos de padres encarcelados. Además, se evitará identificar contra su voluntad a las personas próximas o parientes inocentes de acusados o convictos en procedimientos penales.

Como norma general, los menores no deben ser entrevistados ni fotografiados o filmados sin el consentimiento explícito de sus padres, tutores, maestros o educadores. Tampoco es lícito alegar la relevancia pública de familiares o personas cercanas para justificar la intromisión en su vida privada o la explotación de su imagen (Col.legi de Periodistes de Catalunya, 2016).

4.4.3. Código Deontológico FAPE

La Federación de Asociaciones de Periodistas de España (más conocido como FAPE) dio a conocer su código deontológico el 27 de noviembre de 1993 (Aznar, 1999).

Nuestro país, gracias a la FAPE, ingresó a finales de septiembre del año 2005 en la reunión que se celebró en Luxemburgo con motivo de la alianza de Consejos de Prensa Europeos Independiente, en la que ya se encuentran aliados 27 países, lo que ha supuesto que España llegue a un nivel que no se había alcanzado anteriormente en cuanto a ética periodística se refiere (Núñez Encabo, 2006).

Es por eso que, según Núñez Encabo, la creación tanto de un Código Deontológico y un Consejo de Prensa en España permiten a nuestro país estar a la par con el resto de países europeos en cuanto a autocontrol ético de la profesión se refiere (Núñez Encabo, 2006).

Asimismo, este código, puesto que se trata de uno de los más recientes aprobados en España, permite recoger el nuevo contexto que se está creando alrededor de la nueva sociedad de la información (Núñez Encabo, 2006).

Esa necesidad de autocontrol a nivel ético que aparece a partir de los años noventa queda reflejada en el Código Deontológico de la FAPE. Además, en esta época, muchos códigos deontológicos que ya existían se renuevan, sobre todo en las zonas del centro y este del continente europeo (Núñez Encabo, 2006).

Algunos de los artículos referidos a los menores y la información sobre noticias referidos a estos o a personas relacionadas con la víctima en este código deontológico son los siguientes:

4. Sin perjuicio de proteger el derecho de los ciudadanos a estar informados, el periodista respetará el derecho de las personas a su propia intimidad e imagen, teniendo presente que:

e) Se prestará especial atención al tratamiento de asuntos que afecten a la infancia y a la juventud y se respetará el derecho a la intimidad de los menores.

5. El periodista debe asumir el principio de que toda persona es inocente mientras no se demuestre lo contrario y evitar al máximo las posibles consecuencias dañosas derivadas del cumplimiento de sus deberes informativos. Tales criterios son especialmente exigibles cuando la información verse sobre temas sometidos al conocimiento de los Tribunales de Justicia.

a) El periodista deberá evitar nombrar en sus informaciones a los familiares y amigos de personas acusadas o condenadas por un delito, salvo que su mención resulte necesaria para que la información sea completa u equitativa.

b) Se evitará nombrar a las víctimas de un delito, así como la publicación de material que pueda contribuir a su identificación, actuando con especial diligencia cuando se trate de delitos contra la libertad sexual.

6. Los criterios indicados en los dos principios anteriores se aplicarán con extremo rigor cuando la información pueda afectar a menores de edad. En particular, el periodista deberá abstenerse de entrevistar, fotografiar o grabar a los menores de edad sobre temas relacionados con actividades delictivas o enmarcables en el ámbito de la privacidad (FAPE, 1993).

5. Herramientas deontológicas en los medios analizados

5.1. The Guardian

El código deontológico de *The Guardian* fue escrito en el año 1921. Su propósito es, sobre todo, proteger y fomentar en vínculo de confianza entre los periodistas y los lectores del medio, así como proteger su integridad y su periodismo en cualquiera de las formas que se publique la información.

En su código, tienen un apartado dedicado a cómo se debe informar en relación a los niños: Se deberá tener un especial cuidado en lo referido a los niños (menores de 16). Los jefes de los departamentos deberán ser informados cuando los niños sean fotografiados o entrevistados sin autorización paterna. Los artículos que incluyan intromisiones serias en la vida privada de los niños sin su entendimiento o su consentimiento necesitarán una justificación mucho mayor. Asimismo, debido a la larga vida del material publicado online, los editores deberán asegurarse de que la identidad de los menores deberá ser ocultada para así poder protegerlos de una situación embarazosa o dolorosa cuando estos crezcan. Esta protección también se extiende a todas aquellas personas que quieran hacer alguna exclusiva con sus hijos e hijas. En este caso, deberán asegurarse de que el niño puede tomar la decisión debidamente.

- i) La gente joven deberá ser libre de completar su horario escolar sin ningún tipo de intromisión innecesaria.
- ii) Un niño menor de 16 años no deberá ser entrevistado ni fotografiado en asuntos relacionados con su bienestar propio o de otros niños, a menos que su tutor legal o un adulto con responsabilidad similar lo consienta.
- iii) Los alumnos no deberán ser abordados o fotografiados en los centros educativos sin el permiso de los profesores, directores...
- iv) No se deberá pagar a menores por material relacionado con su bienestar, ni a sus padres o tutores a menos que el niño muestre claramente su interés en ello.

- v) Los editores no deberán usar la fama, notoriedad o posición de los padres o tutores como justificación para publicar la vida privada de un menor.

Niños en casos sexuales:

1. La prensa no deberá identificar al menor (por debajo de 16 años), aunque esto sea legal, que sean víctimas o testigos de algún caso relacionado con violencia sexual.
2. En cualquier informe de prensa de un caso relacionado con delitos sexuales contra un niño:
 - i) El menor no deberá ser identificado.
 - ii) El adulto deberá ser identificado.
 - iii) La palabra “incesto” no se deberá usar si eso implica que pueda identificarse a la víctima.
 - iv) Especial cuidado con que ningún dato en el informe emitido pueda dejar ver la relación entre el acusado y el menor de edad (The Guardian, 2011).

Según Butteworth (2008), *The Guardian*, en sus códigos éticos, ofrece la posibilidad de ocultar todas aquellas informaciones en las que los menores de edad se vean envueltos con el fin de que estos no puedan ser perjudicados en caso de su difusión. Se remarcan, especialmente, los casos en los que el menor de edad no haya dado su autorización explícita para ser protagonista de la historia que vaya a salir a la luz y que, con el tiempo, pueda llegar a incomodarle (citado en Satín, 2017).

5.2. El País

El País se refiere al tratamiento ético en la información referida a los menores en dos casos: cuando se trate de algún tipo de singularidad informativa, no deberá ser publicado el nombre de la víctima, sino que se utilizarán sus iniciales o datos genéricos siempre y cuando estos no permitan la identificación del menor, como pueden ser su edad, su profesión o su nacionalidad. Asimismo, cuando se esté hablando de detenidos y estos no tengan la edad legal, también deberán ser identificados por sus iniciales y no por su nombre completo.

Respecto al asunto de captación de imágenes, estas no podrán ser manipuladas bajo ningún concepto, a excepción de ediciones técnicas como la eliminación de algún tipo de defecto a la hora de ser reveladas, entre otros. Tampoco podrán manipularse las que tengan el objetivo de mantener la privacidad de los menores o personas que puedan considerarse como amenazadas. Del mismo modo, no se podrán invertir las fotos para

que se cree el efecto de que la persona que ha sido fotografiada está dirigiendo la vista hacia la información que se está proporcionando (El País, 2014).

Tras analizar varios casos mediáticos relacionados con el acoso escolar de tres menores Pérez Virtus y Larrondo Ureta concluyen que los rostros de los menores no se ocultaron, así como tampoco el nombre bajo las siglas. Esto, por tanto, supone una vulneración al derecho de la intimidad y protección de imagen del menor. A los autores de este estudio les resultó sorprendente que los medios de comunicación reflejen en sus libros de estilo unas normas para, posteriormente, incumplirlas, teniendo además la FAPE como un elemento de referencia en cuanto a los derechos de intimidad del menor (Pérez Virtus & Larrondo Ureta, 2018, pág. 68).



6. Metodología

Se utilizará el análisis de contenido cuantitativo para así poder desarrollar unas categorías de codificación que nos sirvan para analizar mejor los casos. Este desarrollo de categorías consistirá en lo siguiente:

Se trata de un proceso de clasificación de datos en torno a ideas, temas y conceptos que irán emergiendo de la lectura del propio material de estudio. La identificación de las categorías emergentes es un proceso relacionado no solo con el material de análisis sino con la formación y el propio marco teórico de la investigación. (...) Esta organización de codificación comprende tres apartados: la descomposición (elección de las unidades), la enumeración (elección de reglas de recuento) y la clasificación (elección de las categorías) (Porta & Silva, 2003, pág. 13).

Para Bardin, el análisis de contenido se trata de un “conjunto de instrumentos metodológicos aplicados a discursos extremadamente diversificados” (Bardin, 1986, pág. 7).

Este método se caracteriza por una objetividad muy rigurosa y sirve, entre otras cosas, para prolongar el proceso de formación de hipótesis y las conclusiones finales. Es decir, los procedimientos del análisis de contenido obligan a fijar un tiempo entre la percepción del mensaje (en este caso, las noticias) y la reacción (o sea, su interpretación).

De este modo, el análisis de contenido persigue, principalmente, dos objetivos claros: saber si la lectura que hemos hecho de los elementos a analizar es clara y puede ser compartida por los demás o es algo subjetivo y el enriquecimiento de nuestra lectura.

En este, no existen plantillas confeccionadas con anterioridad que sirvan para ser usadas cada vez que se necesiten, pero sí que existen unos patrones clave que ayudan. Es decir, la técnica de análisis de contenido necesita ser creada cada vez que vaya a ser utilizada.

En el caso de este Trabajo de Fin de Grado, el método de análisis utilizado más adecuado es, según Bardin, el análisis documental, que consiste en lo siguiente: “conjunto de acciones con el objetivo de presentar un documento de una forma distinta al que era el suyo original para así facilitar su consulta o localización en estudios posteriores.” Su objetivo es, por tanto, “el almacenamiento bajo una forma variable y la facilitación del acceso al utilizador, de tal forma que obtenga el máximo de información (aspecto cuantitativo) con el máximo de pertinencia (aspecto cualitativo)” (Bardin, 1986, pág. 34).

Para el desarrollo de esta metodología, nos vamos a centrar en investigar dos casos de desapariciones de menores: la de Yéremi Vargas, desaparecido en Gran Canaria en marzo de 2007 y la de Madeleine McCann, desaparecida en Portugal en mayo del mismo año. Se han elegido estos dos casos porque cumplen características parecidas: son menores de edad que desaparecieron con meses de diferencia, por lo que el contexto socio-político que pueda influir en las informaciones será el mismo, lo que hará que no varíen demasiado.

En el primer caso, se analizarán nueve noticias, que son las que se publicaron durante el período de muestra seleccionado. En el caso de Madeleine, serán 19, lo que sumaría un total de 28 noticias analizadas.

Asimismo, se han elegido niños de distintas nacionalidades para poder analizar los medios de sus países de origen (España y Reino Unido, respectivamente) y poder comprobar, de este modo, si cada medio cumple las normas éticas que analizamos y ver si hay diferencias o no entre ellos.

Los medios elegidos para esta investigación son el diario *El País* en España y *The Guardian* en Reino Unido, ya que se trata de dos medios con ideologías parecidas (centro-izquierda), por lo que se deduce que el tratamiento informativo será similar.

Por otro lado, el período de muestra seleccionado para este Trabajo de Fin de Grado es desde el momento de la desaparición de los menores hasta pasados los 15 días, puesto que son los momentos clave y donde más presencia en los medios tienen las desapariciones. Con el paso del tiempo, se va perdiendo la esperanza de encontrar a la persona y, con ella, el interés; y por eso las noticias que se dan acerca del caso empiezan a decrecer.

Las variables utilizadas sirven para construir un buen análisis de contenido, tal y como se ha mencionado con anterioridad. Esta hoja de codificación se ha construido desde cero con intención de mejorar la percepción de las noticias y poder así llegar a unos objetivos mucho más concretos y objetivos.

De este modo, las variables que se han empleado para construir la hoja de codificación son:

- Titular.
 - ¿Hay elementos del clickbait?

- Sí. Si contiene:
 - Pincha aquí...
 - Nunca lo habrías adivinado...
 - Esto fue lo que pasó...
 - Añadir algún número para llamar la atención (por ejemplo, 5 lugares donde podría encontrarse la víctima, 3 teorías que explican el secuestro...)
 - Lea esto si quiere averiguar qué ha pasado...
- No (no hay ninguno de los elementos anteriores).
- ¿Es amarillista?
 - Sí. Si contiene:
 - Datos escabrosos:
 - Qué podría haber hecho el secuestrador.
 - Cómo podría estar el cuerpo (si es que se llega a encontrar).
 - Describe el proceso sin ninguna reserva.
 - Dónde podría estar el secuestrado.
 - Habla de sospechosos o detenidos.
 - Habla de cosas que no están relacionadas con el caso para que este siga siendo noticia.
 - Se identifica a los sospechosos con nombre y apellidos.
 - Habla del estilo de vida de alguien relacionado con el caso:
 - El sospechoso.
 - Los familiares.
 - La víctima.
 - Conocidos.
 - Utiliza un tamaño de letra mayor sobre algo que quiere hacer énfasis, pero realmente no tiene relevancia.
 - No.
- No hay titular.

- Subtitular:
 - Los mismos criterios que están expuestos con anterioridad en el titular.
- Datos en el cuerpo de la noticia:
 - Suposiciones: de lo que podría haber pasado con el desaparecido.
 - Sí.
 - No.
 - Nombres completos:
 - De los sospechosos.
 - De los familiares.
 - De conocidos.
 - Otros (cargos policiales, jueces...).
 - Nacionalidades: en caso de tratarse de algún sospechoso extranjero, ¿se menciona la nacionalidad?
 - Sí.
 - No.
 - Menores:
 - ¿Se habla con menores?
 - Sí.
 - No.
 - ¿Se fotografía a menores?
 - Sí.
 - No.
 - ¿Se oculta su identidad?
 - Sí.
 - No.
 - ¿Respetar los derechos a la intimidad, a la imagen y al dolor?
 - Sí
 - No.
 - Fotografías: ¿aparecen fotografías?
 - Sí. ¿Quién aparece?
 - Personas:
 - Desaparecido: ¿hay alguna foto del desaparecido?
 - Familias: ¿aparece la familia en ellas?

- Conocidos: ¿se retrata a amigos o conocidos para introducir las fotografías en la noticia?
- Sospechosos.
- Otros.
- Lugares:
 - De desaparición (en caso de ser encontrado).
 - Lugares registrados.
 - Cotidianeidad: ¿Se fotografían los lugares que frecuentaba la víctima?
 - Otros.
 - No.
- Vídeos: los mismos criterios que con fotografías
- Se realizan entrevistas a:
 - Familiares y personas cercanas.
 - Desconocidos.
 - Testigos.
 - Investigadores.
 - Equipo judicial (jueces, abogados...).
 - Policías.
 - Familiares de sospechosos.
 - Conocidos de sospechosos.
 - Otros.
- Las noticias publicadas, ¿aportan información nueva?
 - No: todo lo que mencionan ya se ha dicho con anterioridad.
 - Sí.

7. Resultados

7.1. El caso de Yéremi Vargas en *El País*

Tras analizar nueve noticias, que fueron el total de las que se publicaron en la cabecera española seleccionada durante el período de muestra, se han obtenido los siguientes resultados:

7.1.1. Distribución de la información publicada durante el periodo de muestra analizado

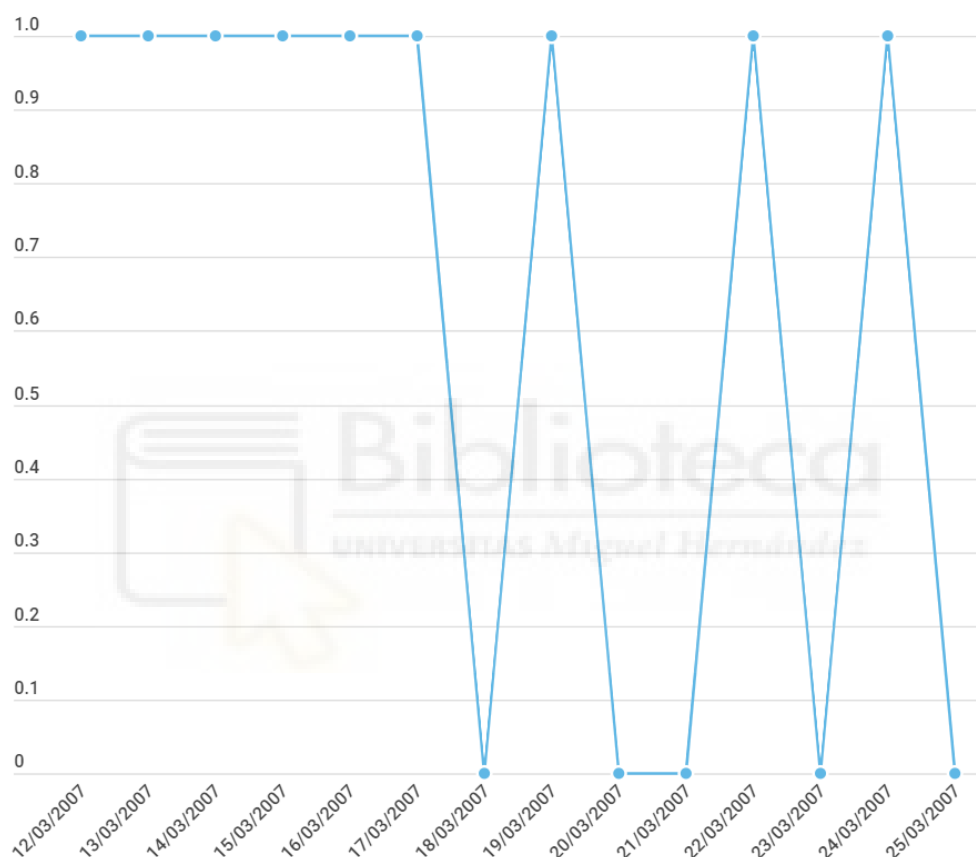


Gráfico 1: Número de noticias publicadas por fecha en el periodo de muestra. Fuente: Elaboración propia

Como podemos observar en el gráfico 1, más del 50% de noticias, concretamente el 66,66%, se publican durante la primera semana de desaparición del menor (del día 10 de marzo al 17 de marzo de 2007), lo que suma un total de seis noticias. La información que se publica es diaria, ya que cada día hay alguna noticia, ya que los primeros días de la desaparición de una persona son los más cruciales. Es por eso que, probablemente, durante esta primera semana se hayan publicado más noticias en comparación a la segunda (del 18 de marzo hasta el 25 de cada mes), donde solo se publicaron tres noticias de las nueve que han sido analizadas en total (es decir, un 33,33% de las noticias).

Tampoco se publicaba información a diario, puesto que el interés mediático de la noticia va decreciendo con el paso del tiempo, al igual que las esperanzas de encontrar al menor o al menos, hacerlo con vida.

Esto es un fenómeno que ocurre con asiduidad precisamente por el motivo que he comentado con anterioridad: el interés mediático que despierta a la audiencia el caso va en descenso y, aunque sí que sienten curiosidad por saber qué ha pasado con el pequeño, es cierto que, si se continuase publicando diariamente sin existir ningún tipo de información nueva, habría un exceso de información que precisamente generaría el efecto contrario: desinformación. Llega un momento en el que no se tienen más datos sobre el caso o, simplemente, no pueden publicarse noticias por debidos motivos y deciden no difundir más información a través de los medios de comunicación a no ser que haya algo que vuelva a despertar ese interés mediático que aparece al principio.

7.1.2. Análisis del clickbait en los elementos de titulación de las noticias analizadas

El *clickbait* o la prensa amarillista va de la mano del sensacionalismo y, en la gran mayoría de ocasiones, se utilizan técnicas que son todo lo opuesto a lo que la ética periodística defiende, ya que se considera que todo vale por conseguir lectores o audiencia. Algunos métodos utilizados para este fin son el clásico ‘haz click aquí’, ‘te sorprenderá lo que vas a leer’, o incluso no dar la suficiente información en los elementos de titulación para que el lector deba leer toda la noticia si desea saber qué ha pasado. Otros elementos de ese amarillismo son mencionar la nacionalidad de la persona que ha cometido el delito o no ocultar pertinentemente ciertos datos que puedan identificarle (hasta que no exista una sentencia firme, las personas detenidas se consideran sospechosas y, por tanto, no debería publicarse su identidad para evitar perjudicar su vida en caso de que este finalmente no sea culpable).

En el caso analizado, no existen datos relevantes que puedan definir a este medio como poco ético. Lo más destacable en los elementos de titulación es que el día 22 de marzo se publica una noticia que poco tiene que ver con el caso de Yéremi Vargas: simplemente habla que, varios meses antes de lo sucedido con el menor, otra niña había sido secuestrada en la zona y que su captor todavía no había sido detenido; se creía, además, que podría ser el mismo que se llevó a Yéremi, pero esta es la única (y mínima) relación que esta noticia guarda con el caso. Esta información, además, refuerza lo explicado anteriormente: después de la primera semana, el interés comienza a decrecer y, en

ocasiones, se publican algunas cosas solo por mantenerse en el candelerero, y esto es un claro ejemplo.

Una niña del mismo pueblo que Yeremi logró escapar de un secuestro en julio

La menor sufrió abusos sexuales.- Su captor, que conducía una furgoneta blanca, no ha sido detenido



Las Palmas De Gran Canaria - 22 MAR 2007 - 11:46 CET

Figura 4: Titular y subtítular de la noticia mencionada con anterioridad. Fuente: El País (22 de marzo de 2007).

Por otro lado, no existe nada reseñable respecto a los subtítulos de las noticias que aparecen en el medio, ya que no infringe ninguno de los criterios mencionados con anterioridad.

El libro de estilo de *El País*, respecto a los titulares, destaca que han de ser ‘ajenos a cualquier tipo de sensacionalismo’ (El País, 2014), lo que hace reafirmarnos cuando decimos que los que fueron publicados durante el período de muestra no se salen de las normas establecidas por el medio.

7.1.3. Análisis de las suposiciones y de la garantía del respeto al derecho al honor, al dolor y a la intimidad

Tras el análisis de las noticias, cabe destacar que las únicas suposiciones que se hacen en cuatro de las nueve que se publican en esa fecha hablan sobre el posible secuestro del menor, pero en la mayoría de veces que este se menciona es porque se tienen pruebas relativamente concluyentes.

Es cierto que en muchas noticias añaden suposiciones muy escabrosas que podrían dañarse los derechos a la intimidad, al honor y al dolor de familiares sobre todo o de personas allegadas a la víctima, pero en el caso analizado no ocurre esta situación, como hemos dicho con anterioridad, simplemente se habla que Yéremi podría haber sido secuestrado y es algo que se puede llegar a suponer por las pruebas y porque es lo que la mayoría de veces ocurre cuando un menor desaparece (sobre todo si pasados unos días no aparece).

Por esto, y por otros factores que se explicarán a continuación, la mayoría de derechos que deben respetarse a la hora de publicar una información (al dolor, a la intimidad, al dolor...) se respetan con totalidad.

En la única noticia donde podría considerarse que no se respeta el dolor de la familia es en la que también hemos mencionado con anterioridad y que no tiene nada que ver con el caso de Yéremi, ya que dan información sobre una menor totalmente ajena al caso, que fue secuestrada y sufrió abusos sexuales. Estos datos podrían provocar cierta ansiedad a la familia puesto que, en momentos de incertidumbre como este, no saben qué podría estar pasándole a Yéremi y estas noticias no ayudan. Del mismo modo, tampoco se respeta el dolor de los allegados de la pequeña de la que se habla en la noticia, ya que están reabriendo una herida que debería cerrarse.

Haciendo referencia a la misma noticia, cabe destacar que el derecho a la imagen y a la intimidad de la familia de la pequeña de la que se habla se respetan, ya que, tal como indica el código ético de *El País*, no se dan datos que puedan facilitar la identificación de la menor, como pueden ser su nombre completo o descripción física.

Se puede decir, de este modo, que se respetan estos derechos, puesto que, por ejemplo, las imágenes que se incluyen en algunas informaciones no se manipulan a conciencia para hacer daño, algo que podría dañar el honor de las personas que aparezcan en esta.

7.1.4. Utilización de los nombres propios en la muestra analizada

Si bien es cierto que en algunas noticias aparecen nombres de familiares o cargos policiales, judiciales... relacionados con el caso, estos no infringen ninguna norma expuesta en los códigos éticos, puesto que se trata de personas de carácter público. Es decir, aparecen los nombres de familiares que han concedido entrevistas a algún medio y, por tanto, son de dominio público, ya que que no han solicitado que se oculte su identidad.

Del mismo modo, los nombres de las personas que se encargan de investigar el caso son también públicos, por lo que no se estaría infringiendo ninguna norma a la hora de ser publicados.

Como se puede observar, la mayoría de nombres que aparecen son de los encargados de la investigación (60%), mientras que en otras noticias o no aparecen nombres (30%) o se mencionan los de los familiares (10%), por lo que se puede afirmar que no se vulnera

nada de lo que los códigos éticos censuran en este aspecto, sino que se tiene un especial cuidado. Destaca (aunque no sorprende, puesto que es el protagonista de la información) que el nombre del menor desaparecido se menciona en el 100% de las noticias. A pesar de no tener la mayoría de edad (en este caso, el código ético del medio declara que los menores de 18 años no deberían ser identificados y, si lo fuesen, sería con sus iniciales) no se estaría infringiendo ningún tipo de norma, ya que es quien ha desaparecido y esta información también es de dominio público y no se consideraría poco ético mencionarlo, debido que se trata de un caso muy mediático que los familiares también han decidido sacar a la luz. Otra cosa sería si los nombres publicados fuesen los de algún allegado al menor la publicación sobre el cual no se ha dado consentimiento explícito.

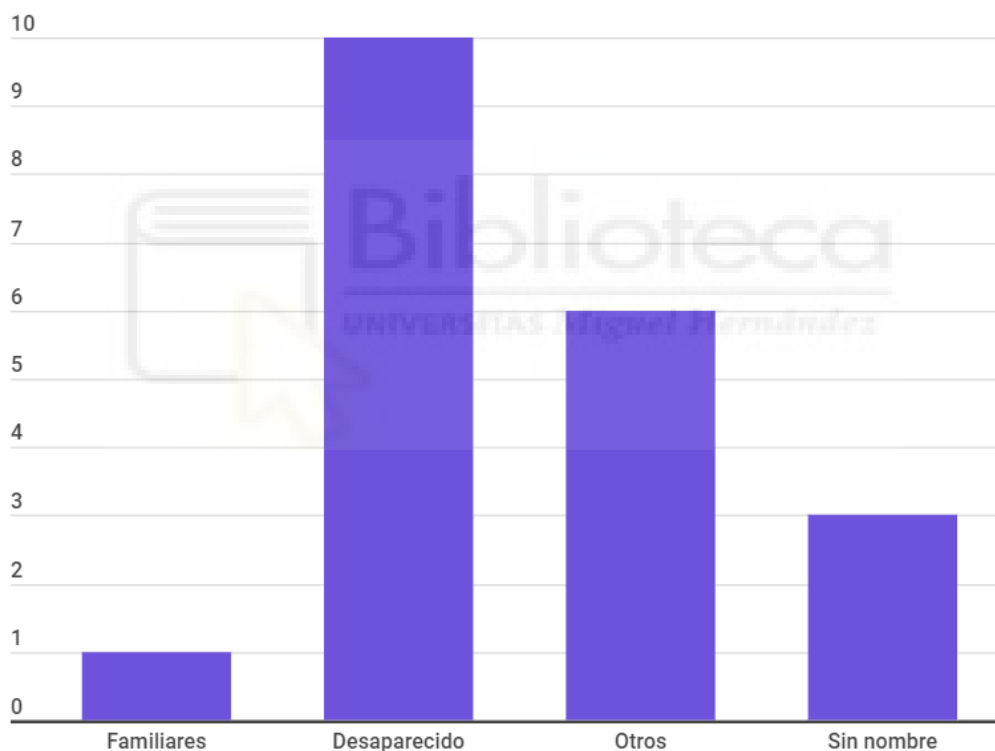


Gráfico 2: Tipos de nombres propios mencionados en la muestra. Fuente: Elaboración propia

7.1.5. Mención de la nacionalidad de los presuntos sospechosos

Añadir la nacionalidad del presunto culpable del delito es un error que suele cometerse en los medios de comunicación (sobre todo si esta persona no es española), pero no es algo éticamente correcto, ya que fomenta el racismo, puesto que, si se incluye la

procedencia de alguien en las noticias, se ayuda a generar el estereotipo de que las personas de determinado país son más peligrosas porque cometen más delitos, cuando realmente el lugar de origen no tiene nada que ver para que alguien cometa un delito.

En las noticias estudiadas, en ningún momento aparece la nacionalidad de los sospechosos, por lo que éticamente este aspecto estaría correcto.

7.1.6. Análisis del contenido audiovisual de las noticias

El contenido audiovisual es un elemento importante que ayuda al lector a comprender mejor la noticia, sobre todo si se utiliza de forma descriptiva. Pero también es cierto que algunas fotografías que se colocan en las cabeceras de algunos diarios se consideran como innecesarias o de mal gusto por la excesiva crueldad de estas. Aunque es un hecho que en la información publicada durante los quince primeros días de la desaparición de Yéremi Vargas se han adjuntado algunos elementos audiovisuales, no se consideran crudas (en este caso solo podrían publicarse si aportasen información, tal y como se menciona en su libro de estilo, pero no resulta el caso) ni se salen de las normas éticas, puesto que estas no han sido manipuladas ni aparecen menores en ellas que puedan ser identificados, como se indica en los principios éticos de *El País*.

Las únicas fotografías de menores que se han publicado son las del propio desaparecido con el objetivo de, suponemos, que todos los lectores de este medio reconozcan su cara para facilitar su identificación. Otra cosa destacable es que se usa la imagen que también ha servido para los posters que se colgaron en su momento junto con el número de teléfono de los familiares en determinadas zonas de Las Palmas de Gran Canaria, lugar de desaparición del pequeño, por lo que no se considera que haya una apropiación indebida de imágenes.

Por otro lado, las fotografías de personas que aparecen en las noticias son de aquellas que se encontraban en el equipo de búsqueda de Yéremi, aunque este tipo de imágenes solo aparecen en dos ocasiones.

También cabe destacar que aparecen imágenes de los lugares que ya han sido registrados en dos ocasiones durante la investigación, que es justamente en las mismas noticias donde se puede ver a los voluntarios trabajar. Al fotografiar el sitio, parece ser que resultó inevitable que apareciesen personas, ya que, si decidiesen eliminarlas, estarían manipulando la imagen, lo que vulneraría las normas de su código ético, en el cual dice que las imágenes no pueden manipularse bajo ningún concepto, exceptuando ediciones

técnicas para eliminar algún tipo de defecto en su revelación o algo del estilo. (El País, 2014); pero sí que es cierto que no resulta algo crudo de contemplar ni muchísimo menos.



El niño grancanario de siete años lleva seis días en paradero desconocido. EFE

Figura 5: Fotografía de los voluntarios buscando al menor. Fuente: El País (15 de marzo de 2007)

Por último, en una de las noticias se incluye otro elemento audiovisual: el vídeo. En este aparecen los familiares del pequeño, pero no puede saberse cuál es su contenido más allá puesto que no puede ser reproducido.

Como vemos en el gráfico 3, el número de noticias en las que aparecen fotografías es alto, puesto que, de nueve noticias, en el 66,66% de ellas aparece un elemento audiovisual, más concretamente, el 44,44% son fotografías del desaparecido y el 22,22% restantes son imágenes de lugares.

■ Fotografías desaparecido ■ Fotografías lugares

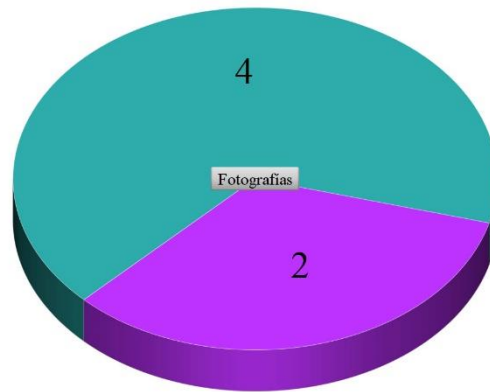


Gráfico 3: Tipos de fotografías que aparecen en las noticias. Fuente: elaboración propia

7.1.7. Uso de recursos como la entrevista o la inserción de declaraciones

Es un hecho que, cuantas más fuentes posea una noticia, más contrastada estará y, por tanto, más veracidad se le otorgará. Es por eso que es importante incluir alguna declaración que aporten fidelidad a la información que se ha publicado.

En las noticias analizadas en *El País*, a excepción de una en la que no se incluye ninguna, en todas aparece alguna declaración, ya sea por parte de los familiares o por parte del equipo judicial (este último es el que más predomina en el caso de Yéremi). Esto es algo muy importante por lo que se ha mencionado con anterioridad, ya que, si la audiencia no se cree el contenido que está leyendo, es muy posible que dejen de consumirlo.

De este modo, en el siguiente gráfico podemos ver qué tipo de declaraciones predominan en las noticias:

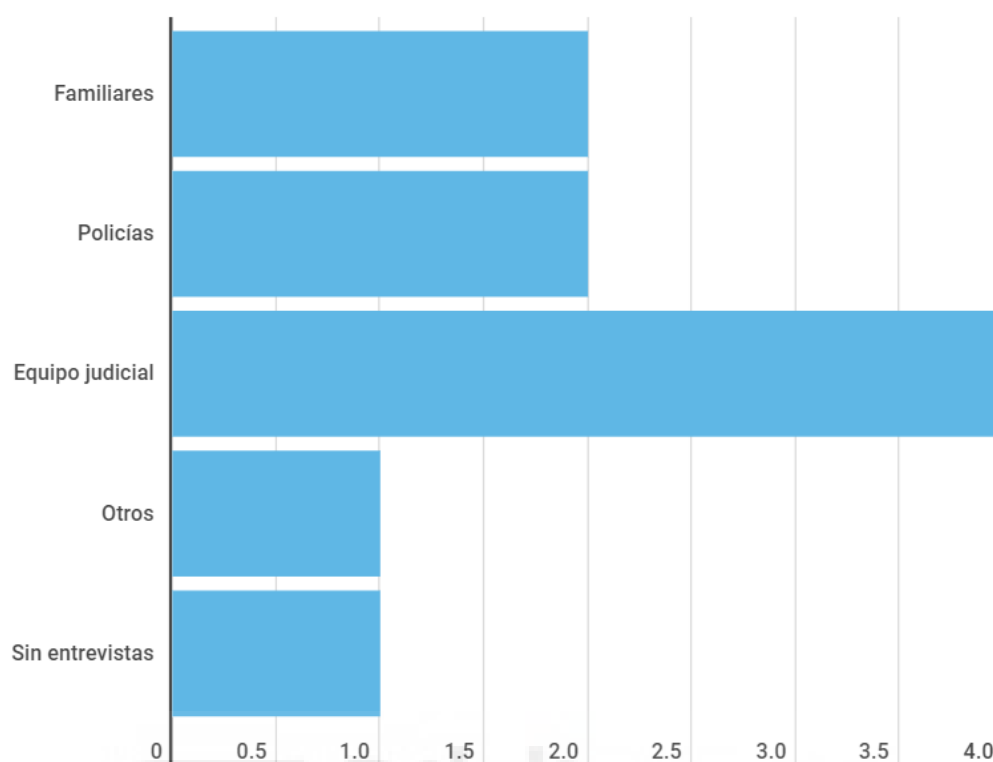


Gráfico 4: Número de declaraciones en las noticias analizadas según la fuente. Fuente: Elaboración propia

Podemos apreciar, por tanto, que la mayoría de declaraciones que se insertan en la información (el 40% del total) proceden de fuentes relacionadas con el equipo judicial. Las declaraciones de los familiares y policías corresponden a un 20% cada uno del total, y el 10% a otros tipos, como pueden ser conocidos o testigos de la información. Tan solo en el 10% de las noticias no se incluye ningún tipo de declaración.

7.1.8. Análisis de la muestra para saber si las noticias aportan información nueva

Si bien es cierto que, como su propio nombre indica, una noticia sirve para informar sobre un hecho noticioso a la par que novedoso, muchas de ellas se publican con información que resulta repetitiva, puesto que no hay nada nuevo pero el tema que se está tratando es de actualidad y deben o quieren seguir publicando sobre ello. Este es el caso de *El País*. Como anteriormente mencionaba, la primera semana desde la desaparición de Yéremi es cuando más noticias se publican. Es por eso que llega un punto en el que la información se torna reiterativa y no aporta nada nuevo. Así, los días 16, 17 y 22 de marzo no se

informa sobre nada nuevo, sino que se limitan a repetir datos que ya habían publicado con anterioridad pero expresados de este modo.

Por esto, puede observarse que, sin contar la primera noticia que aparece en *El País* (ya que obviamente proporciona información nueva precisamente por ser la primera), el 62,5% de lo publicado aporta datos nuevos sobre el caso.

7.2. El caso de Madeleine McCann en *The Guardian*

7.2.1. Análisis del clickbait o amarillismo en los titulares

Tras analizar todas las noticias, no se han detectado datos relevantes sobre titulares amarillistas o con elementos de *clickbait*, lo que supone una buena señal, puesto que los elementos de titulación son lo primero que ve un lector.

Es cierto que un titular de esas características puede llamar más la atención, pero no resulta ético jugar cualquier baza con el fin de conseguir más lectores.

La única excepción destacable es la que encontramos en una noticia del día 8 de mayo, en el que hablan de la muerte de la menor, lo que podría suponer un *shock* para todas aquellas personas cercanas a Madeleine que lean la noticia.



Figura 6: Titular de carácter amarillista. Fuente: Morris, (8 de mayo de 2007)

Por otro lado, algo que resulta muy curioso de las noticias de este medio inglés es que carecen de subtítulo, a diferencia de la prensa española. La única publicación con algún subtítulo es la que se publica el día 9 de mayo, como podemos observar en la siguiente imagen:



Figura 7: Subtitulares de la noticia. Fuente: The Guardian (9 de mayo de 2007)

Este aspecto llama mucho la atención, ya que lo más común en la prensa española es que la noticia tenga un titular y un subtitular, a diferencia de la prensa inglesa.

7.2.2. Análisis del número de noticias y la influencia en la información nueva que estas puedan aportar

El volumen de noticias, en comparación con el caso de Yéremi, es el doble. *The Guardian* publica noticias diariamente desde el momento de la desaparición de la pequeña hasta los quince días posteriores, incluso en más de una ocasión saca noticias más de una vez al día.

Esto, por supuesto, afecta a la cantidad de información nueva que se pueda aportar sobre el caso, ya que en varias ocasiones se limitan a publicar exactamente lo mismo que ya habían publicado horas atrás. De esto se puede deducir que el medio tiene un incesante interés por informar, pero también por mantenerse a la cabeza del número de informaciones proporcionadas, lo que podría resultar contraproducente porque los lectores podrían cansarse de leer siempre lo mismo.

En la siguiente gráfica aparecen el número de noticias publicadas por días, donde puede apreciarse perfectamente que la mayor concentración de noticias publicadas se agrupan entre los días 9 de mayo y 15 de mayo, a excepción del día 13, que no se publica ninguna.

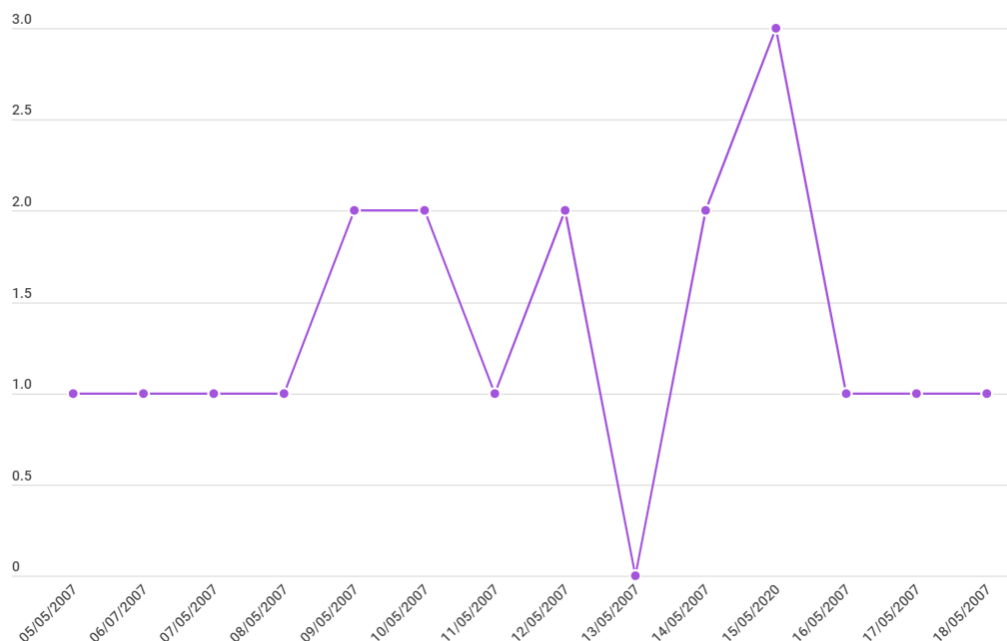


Gráfico 5: Número de publicaciones por fechas. Fuente: Elaboración propia

7.2.3. Estudio de las suposiciones que se hacen en las noticias publicadas

Algo que llama la atención de las noticias publicadas en *The Guardian* es el uso de suposiciones mayor en comparación al caso de Yéremi que tiene la información a pesar de las pocas pistas que se tienen de la investigación, además de los pocos datos que proporcionó en su momento la policía portuguesa debido a la legislación del país sobre casos como este. La falta de datos es algo que no ha supuesto a los periodistas ningún tipo de problema, puesto que en algunas noticias se hacen presunciones, como podemos ver en la siguiente gráfica:

■ Secuestro ■ Lugar ■ Secuestrador ■ Banda de pedófilos ■ Muerte ■ Sin suposiciones

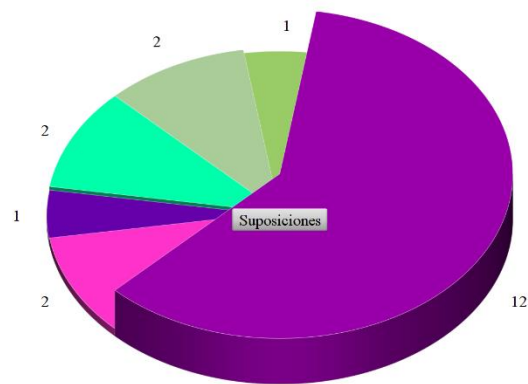


Gráfico 6: Temática sobre las suposiciones que se hacen. Fuente: Elaboración propia

De este modo, y tal y como queda reflejado, en algunas noticias se habla de alguna posibilidad relacionada con el caso. Así, aunque en el 60% de la información publicada no se hace mención de ninguna suposición, el 10% de las veces se dice que la niña podría haber sido secuestrada, quién podría haber sido el secuestrador, o, incluso más específicamente, que quien se haya llevado a la niña en contra de su voluntad haya sido una banda organizada de pedófilos. Asimismo, en el 5% de ocasiones se menciona el lugar donde podría estar la pequeña o incluso que podría estar muerta.

7.2.4. Uso de los nombres propios

Es cierto que en muchos casos no es necesario censurar los nombres porque se trata de cargos públicos o familiares que han concedido entrevistas sin pedir que se oculte su identidad, pero lo reseñable de esto es que se habla hasta en cinco ocasiones de un sospechoso que fue detenido durante la investigación. Tras analizar las noticias de *The Guardian* relacionadas con el caso, en ningún momento se le declara culpable, sino que en todo momento es tratado como sospechoso, por lo que revelar su identidad puede suponer un *shock* en la vida de esta persona, ya que la sociedad, desde el momento en el que su nombre aparece en los medios, le condena y lo ve como culpable. Si se quería dar información sobre esta persona, a no ser que finalmente sea condenado como culpable,

no debería haber sido identificado con sus nombre completo. Al hacerlo, se está vulnerando el derecho a la intimidad de esta persona.

Respecto a eso, los principios editoriales de *The Guardian* son muy claros, puesto que manifiestan que deberá evitarse invadir la privacidad de nadie a menos que haya un claro interés público en hacerlo. Este grado de intrusión a la intimidad de la persona deberá ser justificado por la gravedad de la historia y el bien público que pueda suponer revelar el nombre. Asimismo, los motivos por los cuales se publica el nombre deben ser sólidos, de modo que las sospechas no tienen cabida en este tipo de informaciones. Para asegurarse de que estos criterios se están cumpliendo, *The Guardian* plantea cinco premisas:

1. Debe haber una causa suficiente, es decir, la intrusión debe estar justificada por la escala del daño potencial que podría resultar de ella.
2. Debe haber integridad de motivos, por lo que la intrusión deberá ser justificada en términos del bien público.
3. Los métodos utilizados deben ser proporcionales a la gravedad de la historia y a su interés público, utilizando el mínimo posible la intrusión.
4. Debe haber una autoridad adecuada, lo que significa que cualquier intrusión debe ser autorizada a un nivel suficientemente alto y con una supervisión apropiada.
5. Debe haber una perspectiva razonable de éxito; las expediciones de pesca no están justificadas (The Guardian, 2011).

Es más, en muchas ocasiones también se vulnera su derecho a la imagen, porque incluso se incorpora una imagen de este en una de las noticias, como vemos a continuación:

Madeleine: police lack evidence to hold suspect



▲ Robert Murat in Praia da Luz. Photograph: Steve Parsons/PA

Figura 8: Imagen del sospechoso junto a su nombre completo en el pie de foto en *The Guardian*. Fuente: Tremlett (16 de mayo de 2007)

7.2.5. Nacionalidades mencionadas en la información publicada

Mencionar la nacionalidad de los sospechosos es algo que ocurre con frecuencia, pero esta costumbre debería suprimirse puesto que, como ya he mencionado en el caso de Yéremi, la nacionalidad de una persona no le hace más susceptible a cometer ciertos delitos.

En *The Guardian* hablan hasta cinco veces de la nacionalidad de las personas sospechosas del secuestro de la pequeña Madeleine; este dato es irrelevante y solo genera más discriminación hacia ciertos colectivos, por lo que debería evitarse. Los principios editoriales del medio mencionan que, por norma general, no publican la raza o el origen étnico o la religión de alguien a menos que esa información sea pertinente a la historia. Además, no informan sobre la raza de los sospechosos criminales a menos que su origen étnico sea parte de una descripción que busque identificarlos o sea una parte importante de la historia (por ejemplo, si el crimen fue por odio) (The Guardian, 2011).

Por tanto, y basándonos en sus principios editoriales, no estarían realizando una buena labor periodística, ya que la nacionalidad del sospechoso no resulta un dato relevante para la investigación y su mención ayuda a perpetuar estereotipos.

Otras nacionalidades que mencionan en el medio son la de la niña desaparecida y los familiares, lo que resulta más lógico.

7.2.6. Respeto a los derechos de imagen, al dolor o a la intimidad

Estos tres derechos deberían ser respetados sin ningún tipo de discusión a la hora de publicar las noticias. Respecto al respeto al dolor, el medio dice que las personas deberían ser tratadas con cierta sensibilidad durante periodos de dolor y/o trauma (The Guardian, 2011).

Sin embargo, en *The Guardian* no respetan este derecho, ni el de la imagen ni a la intimidad hasta en cinco ocasiones: en primer lugar, no ocultan el rostro de dos menores que aparecen dejando velas sobre un altar improvisado que crearon para Madeleine, lo que vulnera el derecho a imagen, más específicamente en menores que, como ya explicábamos con anterioridad, no deberían publicarse imágenes de estos sin ocultar su rostro:

Nine days on, but few tangible clues to cling to

Esther Addley in Praia da Luz

Sat 12 May 2007 02.08 BST



▲ Girls light candles as friends and family of the parents of Madeleine McCann hold a prayer service in Glasgow. Photograph: Jeff Mitchell/Getty

Figura 9: Ejemplo de menores con identidad sin ocultar en *The Guardian*. Fuente: Addley (16 de mayo de 2007)

Del mismo modo, el derecho a la imagen y a la intimidad tampoco se ven respetados cuando publican fotos y el nombre del sospechoso, como ya mencionábamos con anterioridad, cuya figura se torna pública a partir de ese momento.

Finalmente, con el titular que mencionábamos en su respectivo apartado en el que escriben que la policía no está segura de que la niña pudiese estar viva, no se estaría respetando el dolor de la familia.

7.2.7. Análisis de las entrevistas en las noticias

Ya había mencionado con anterioridad que las entrevistas y/o declaraciones aportan veracidad a la información que se publica. Es por esto que en la mayoría de noticias se incluyen algunas. En la gráfica que incluyo a continuación pueden verse los tipos de fuentes que se han añadido a las noticias, donde queda claro que lo que más predomina son las declaraciones de los familiares y otros involucrados en el la investigación, como personas que se alojaban en el hotel donde desapareció la pequeña con asiduidad, entre otros, que llegan a mencionarse un 35,71% y un 39,28% respectivamente; seguidas de las del equipo judicial (10,71%) y los investigadores y conocidos del sospechoso (3,57% cada uno). Solo en dos noticias (7,14%) no aparece ninguna declaración y/o entrevista.

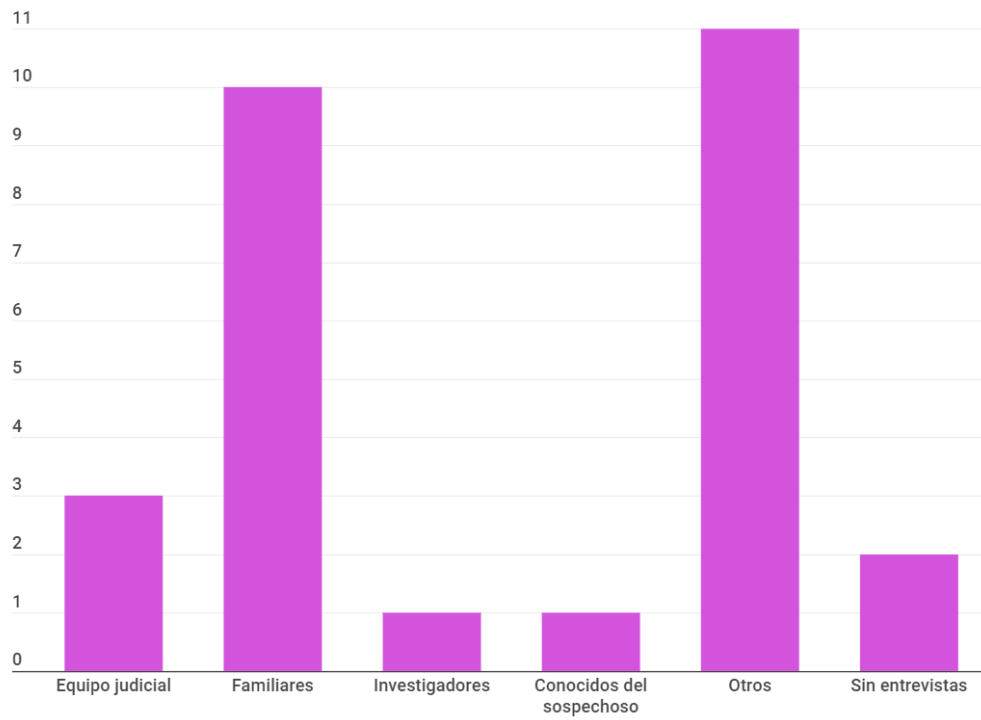


Gráfico 7: Tipos de entrevistas y cantidad. Fuente: Elaboración propia



8. Conclusiones

En primer lugar, en lo referido a si los medios respetan esas normas éticas propuestas en los códigos éticos o recurren al amarillismo, hay que decir que *The Guardian* respeta menos esas normas, puesto que en diversas ocasiones da datos como nacionalidades que no son necesarios. Del mismo modo, también publica fotografías de menores que no son las de la persona desaparecida sin que sus caras sean pixeladas.

Por otro lado, *El País* sí que sigue más a rajatabla esas normas, puesto que no habla de nacionalidades ni publica fotografías de menores más allá de las que se utilizan como cartelera con la imagen del desaparecido.

En segundo lugar, y en rasgos generales, las normas éticas que se utilizan en ambos medios siguen más o menos un mismo patrón: proteger la identidad de los menores, evitar cualquier dato que suponga su identificación o la de cualquier sospechoso que no haya sido declarado como culpable, entre otros. Al tratarse de dos medios con ideologías parecidas (centro-izquierda) no es de extrañar que se rijan por los mismos patrones y las ideas no disten demasiado a pesar de tratarse de diarios de distintos países, lo que podría suponer algún tipo de choque cultural, pero no es el caso.

En tercer y último lugar, y como ya se ha indicado en el primer punto, sí que existen diferencias entre la teoría (lo plasmado en los códigos éticos) y la práctica (la publicación de noticias), ya que, en varias ocasiones, tal y como se ha indicado en el análisis de resultados, estas normas y pautas no se respetan completamente.

Por último, podemos concluir que, aunque la ética de los medios de comunicación ha supuesto un gran avance para la publicación de informaciones desde que empezaron a formarse los primeros códigos deontológicos, todavía queda un largo camino que recorrer, puesto que, aunque esa normativa quede plasmada, aún se cometen fallos y no se consigue informar correctamente.

A partir de la realización de este Trabajo de Fin de Grado, se plantean futuras líneas de investigación que podrían llevarse a cabo:

- Comparar los mismos casos con otros medios audiovisuales como la televisión y la radio para comprobar qué medio hace un mejor tratamiento ético de las noticias.
- Investigar la presencia que tuvieron estos casos tan mediáticos en otros países (por ejemplo, en Portugal, lugar donde desapareció la pequeña Madeleine).

9. Bibliografía

- Addley, E. (12 de mayo de 2007). Nine days on, but few tangible clues to cling to. *The Guardian*. Recuperado el 17 de julio de 2020, de <https://www.theguardian.com/uk/2007/may/12/ukcrime.madeleinemccann>
- Antón Crespo, M. (2015). Comunicación Sensacionalista. La prensa del corazón en España. *H-ermes. Journal of Communication*(5), 31-54. Recuperado el 21 de marzo de 2020, de <http://siba-ese.unisalento.it/index.php/hermes/article/view/15430/13397>
- Aznar, H. (abril de 1996). El debate en torno a la utilidad de los códigos deontológicos del periodismo. *Anàlisi*(20), 125-144. Recuperado el 27 de abril de 2020, de <https://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/14921/14762>
- Aznar, H. (1999). *Comunicación responsable. La autorregulación de los medios*. (cuarta ed.). Barcelona: Ariel.
- Aznar, H. (2005). *Pautas éticas para la comunicación social*. Valencia: Servicio de publicaciones — CEU. Recuperado el 10 de abril de 2020, de http://opendata.dspace.ceu.es/bitstream/10637/7815/1/Pautas%20%20c3%a9ticas%20para%20la%20comunicaci%20%20social_menores%20%20anorexia%20%20violencia%20y%20ficci%20%20televisi%20%20educomunicaci%20%20periodismo%20gr%20%20a1fico%20%20r
- Bardin, L. (1986). *El análisis de contenido*. AKAL. Madrid. Recuperado el 26 de mayo de 2020, de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=IvhoTqll_EQC&oi=fnd&pg=PA7&dq=an%C3%A1lisis+de+contenido+bardin&ots=0GFVdwlUtX&sig=r2QyvSm9A7kU7aj2RJgS1jKoSDM#v=onepage&q=an%C3%A1lisis%20de%20contenido%20bardin&f=false
- Barroso Asenjo, P., & López Talavera, M. d. (2011). La ética periodística en los 27 países de la Unión Europea. *La ética de la comunicación a comienzos del siglo XXI* págs. 477-459. Sevilla: ednforma. Recuperado el 6 de mayo de 2020, de <https://idus.us.es/handle/11441/35088;jsessionid=D56B1A63DB54B15F02CB4101897DE48B?>

- Beaumont, J. F. (2 de julio de 1993). El Consejo de Europa aprueba un código de ética periodística. *El País*. Recuperado el 14 de marzo de 2020, de https://elpais.com/diario/1993/07/02/sociedad/741564015_850215.html
- Col.legi de Periodistes de Catalunya. (11 de noviembre de 2016). *Fundació Consell de la Informació de Catalunya*. Recuperado el 6 de mayo de 2020, de <https://fcic.periodistes.cat/es/codi-deontologic/>
- Constitución Española. (1978). Constitución española de 1978. Madrid, España: Agencia Estatal Boletín Oficial del Estado. Recuperado el 16 de marzo de 2020, de <https://www.boe.es/legislacion/documentos/ConstitucionCASTELLANO.pdf>
- El País. (15 de marzo de 2007). La Guardia Civil investiga a familiares y amigos del niño desaparecido en Gran Canaria hace seis días. *El País*. Recuperado el 16 de julio de 2020, de https://elpais.com/elpais/2007/03/15/actualidad/1173950218_850215.html
- El País. (22 de marzo de 2007). *Una niña del mismo pueblo que Yeremi logró escapar de un secuestro en julio*. Recuperado el 6 de Julio de 2020, de https://elpais.com/elpais/2007/03/22/actualidad/1174555022_850215.html
- El País. (2014). *Libro de estilo de El País*. España: Penguin Random House. Recuperado el 20 de julio de 2020, de <https://books.google.es/books?id=PmCuAwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=libro+estilo+el+pais&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiSionf8p3lAhWNzYUKHXQ3D8gQ6AEITzAF#v=snippet&q=clickbait&f=false>
- El País. (mayo de 2014). *Principios éticos*. Libro de Estilo. Recuperado el 7 de mayo de 2020, de https://blogs.elpais.com/defensor-del-lector/doc/principios_eticos.pdf
- FAPE. (27 de noviembre de 1993). *Federación de Asociaciones de Periodistas de España*. Recuperado el 5 de mayo de 2020, de <http://fape.es/home/codigo-deontologico/>
- García Avilés, J. A. (2007). El infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea. *Anàlisi*(35), 47-63. Recuperado el 4 de mayo de 2020, de <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/4557/1/22-infoentretenimiento%20garcia%20Avil%C3%A9s.pdf>

- González Esteban, J. L., García Avilés, J. A., Karmasin, M., & Kaltenbrunner, A. (13 de mayo de 2011). La autorregulación profesional ante los nuevos retos. *Revista Latina de Comunicación Social*(66). Recuperado el 5 de mayo de 2020, de <https://mdc.ulpgc.es/utills/getfile/collection/rldcs/id/953/filename/934.pdf>
- Humanes, M. L. (1998). La profesión periodística en España. *ZER - Revista de Estudios de Comunicación*, 3(4). Recuperado el 6 de mayo de 2020, de <https://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/17345/15132>
- López Talavera, M. d. (2016). *Ética en los medios de comunicación: prensa, radio, tv y cine*. UOC. Barcelona.
- Martiñón Cano, G. (2008). El delito de secuestro. *El delito de secuestro*. (Editorial de la Universidad de Granada, Ed.) Granada, España. Recuperado el 11 de marzo de 2020, de <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/2048/17658822.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Morris, S. (8 de Mayo de 2007). Portuguese police unsure Madeleine is alive. Recuperado el 12 de Julio de 2020, de <https://www.theguardian.com/world/2007/may/08/ukcrime.madeleinemccann>
- Núñez Encabo, M. (1 de Julio de 1995). Código Europeo de Deontología del Periodismo (Consejo de Europa). En E. Bonete Perales, & Tecnos (Ed.), *Éticas de la información y deontologías del periodismo* págs. 252-271. España. Recuperado el 15 de Junio de 2020, de DSpace: <http://148.202.167.116:8080/xmlui/handle/123456789/1727>
- Núñez Encabo, M. (2006). Los orígenes del Código Deontológico de la FAPE. *Cuadernos de Periodistas*(6), 67-74. Recuperado el 5 de mayo de 2020, de <https://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2012/06/Dossier%202.pdf>
- Pérez Virtus, A., & Larrondo Ureta, A. (2018). Menores, bullying y suicidio. Un análisis de caso a través de los medios digitales de referencia en España. (USMP, Ed.) *correspondencias & análisis*(8), 55-74. Recuperado el 6 de mayo de 2020, de <http://ojs.correspondenciasy analisis.com/index.php/Journalcya/article/view/294/269>

- Porta, L., & Silva, M. (2003). La investigación cualitativa: El Análisis de Contenido en la investigación educativa. *Anuario Digital de Investigación Educativa*(14), 1-18. Recuperado el 8 de mayo de 2020, de <http://revistas.bibdigital.ucc.edu.ar/index.php/adv/article/viewFile/3211/1792>
- Redondo García, M. M. (2011). El sensacionalismo y su penetración en el sistema mediático español. Valladolid, Valladolid, España. Recuperado el 10 de mayo de 2020, de <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/891>
- Rodríguez Pardo, J. (2004). Autorregulación y hetero-regulación, ¿una apuesta suficiente para el mercado actual? El caso de Gran Bretaña. En Fundación COSO (Ed.), *Información, libertad y derechos humanos: la enseñanza de la ética y el derecho de la información* (págs. 271-288). España. Recuperado el 22 de abril de 2020, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2534424>
- Satín, M. (2017). La problemática del derecho al olvido desde la perspectiva de la autorregulación periodística. *El profesional de la información*, 26(2), 303-310. Recuperado el 7 de mayo de 2020, de http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2017/mar/17_esp.pdf
- Suárez Villegas, J. C. (2013). ¿Existe un método de análisis de la ética periodística? *Congreso Nacional sobre Metodología de la Investigación en Comunicación*. Segovia: Universidad de Valladolid. Facultad de CCSS y Jurídicas de la Comunicación. Recuperado el 27 de marzo de 2020, de <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/3034>
- Taibi, P. S. (2019). La definición de la desaparición forzada en el derecho internacional. (Universidad de Talca, Ed.) *Ius et Praxis*(1), 131-193. Recuperado el 25 de marzo de 2020, de Scielo: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/iusetp/v25n1/0718-0012-iusetp-25-01-131.pdf>
- The Guardian. (9 de Mayo de 2007). British experts fly to Portugal to help in hunt for Madeleine. Recuperado el 12 de Julio de 2020, de <https://www.theguardian.com/uk/2007/may/09/topstories3.mainsection>
- The Guardian. (16 de mayo de 2007). Madeleine: police lack evidence to hold suspect. *The Guardian*. Recuperado el 16 de julio de 2020, de <https://www.theguardian.com/uk/2007/may/16/ukcrime.madeleinemccann>

- The Guardian. (2011 de Agosto de 2011). *The Guardian's Editorial Code*. Guidelines. Recuperado el 7 de mayo de 2020, de <https://www.theguardian.com/info/2015/aug/05/the-guardians-editorial-code>
- Tremlett, G. (16 de mayo de 2007). Madeleine: police lack evidence to hold suspect. *The Guardian*. Recuperado el 16 de julio de 2020, de <https://www.theguardian.com/uk/2007/may/16/ukcrime.madeleinemccann>
- Villanueva, E. (1999). *Deontología informativa: códigos deontológicos de la prensa escrita en el mundo*. México. Recuperado el 27 de marzo de 2020, de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=E_3LnIDtdTwC&oi=fnd&pg=PA5&dq=c%C3%B3digo+deontol%C3%B3gico+period%C3%ADstico+onu&ots=aaT8b7yIBN&sig=jldD2NV96XByM-psstOXMVce_xQ#v=onepage&q=c%C3%B3digo%20deontol%C3%B3gico%20period%C3%ADstico%20onu&f=false

