



Universidad de Valladolid

CURSO 2015-2016

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**El conflicto entre el interés público y el
sensacionalismo en las redacciones de *El
País, El Mundo y La Vanguardia*. Caso del
niño sirio, Aylan Kurdi**

Estefanía Medina Manzano

Marta Redondo García

Primera convocatoria

Resumen

El siguiente Trabajo Fin de Grado detalla el conflicto legal y ético que se puede llegar a dar en las redacciones de los medios de comunicación en la toma de decisiones editoriales sobre temas que conllevan fotografías o imágenes controvertidas.

Se toma como ejemplo el caso de la fotografía que se ha convertido en icono de la lucha de los refugiados: el niño sirio, Aylan Kurdi, desplomado sin vida en la playa.

Se explica cómo se llevaron a cabo las decisiones editoriales, qué motivos justificaron la publicación de la fotografía de Aylan y qué papel juegan los inmigrantes y el tema de los refugiados en los tres periódicos generalistas más leídos del país.

Palabras clave

Sensacionalismo, fotoperiodismo, ética periodística, decisiones editoriales, niño sirio Aylan.

Índice

1. **Introducción**
 - 1.1 **Justificación**
 - 1.2 **Objetivos**
 - 1.3 **Hipótesis**
2. **Marco teórico**
 - 3.1 **La función social del periodismo y su reconocimiento constitucional**
 - 3.1.1 **La libertad de información y el derecho de los ciudadanos a mantenerse informados**
 - 3.2 **Criterios de noticiabilidad. Valor informativo e interés público**
 - 3.3 **El impacto de la imagen, sus efectos y el poder de cambio social**
 - 3.4 **Límites a la actuación periodística en materia de infancia e inmigración**
 - 3.4.1 **El código de la FAPE y la Declaración de Principios de la Profesión Periodística del Colegio de Periodistas de Catalunya**
 - 3.4.2 **Códigos éticos de *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia***
 - 3.4.3 **Los límites de la legislación española. La Constitución y el Código Penal.**
3. **Metodología.**
4. **Resultados de Investigación.**
 - 4.1 **Caso del niño sirio, Aylan Kurdi.**
 - 4.2 **La fotografía: Nilufer Demir, de Dogan News Agency.**
 - 4.3 **El conflicto ético entre el interés público y el sensacionalismo en las redacciones de *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia*.**
 - 4.3.1 **Consejos de redacción, reuniones y toma de decisiones.**
 - 4.3.2 **Noticiabilidad e interés público.**
 - 4.3.3 **El poder de la imagen.**
 - 4.3.4 **Importancia de la ética en la toma de decisiones.**
 - 4.3.5 **Fuentes de información y competencia.**
 - 4.4 **El tratamiento informativo del caso de Aylan Kurdi en *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia*.**
 - 4.4.1 **Proceso hasta la publicación y conflicto ético-informativo.**
 - 4.4.2 **Repercusión de la fotografía en los lectores y la opinión pública**
 - 4.4.3 **El tratamiento informativo de los inmigrantes**
5. **Conclusiones**
6. **Bibliografía**
7. **Anexos**

1. INTRODUCCIÓN

1.1 JUSTIFICACIÓN

Era miércoles 2 de septiembre de 2015 y doce personas de nacionalidad siria eran encontradas ahogadas frente a las costas de Turquía, tres de ellas eran niños. Las redacciones de los medios de comunicación nacionales recibían esta información junto a una imagen, firmada por *Reuters*, de uno de los niños ahogados tendido en la playa tras su muerte.

Al día siguiente, todas las portadas de la prensa generalista del país publicaban esta fotografía u otras similares, que traían consigo un aluvión de críticas y alabanzas por la correspondiente decisión editorial que suponía su difusión.

Editores, periodistas y lectores se manifestaron, cada uno a través de la plataforma que tenía a su alcance, y la polémica desembocó en un debate entre la libertad de información y los derechos invulnerables de las personas, que limitan por la vía jurídica y deontológica la libertad absoluta de informar en la labor de los periodistas. Aquella realidad y el dilema ético que plantea motivó el interés por desarrollar una investigación que se ha concretado en el presente Trabajo fin de Grado.

El periodismo ha visto afectado su reconocimiento y prestigio en numerosas ocasiones a lo largo de la historia. En la actualidad la pérdida de credibilidad está en gran parte ocasionada por un mal uso del derecho a la información. A día de hoy es una de las profesiones menos valoradas en la sociedad española y así lo demuestra el último barómetro del CIS (2013) que incorporaba la siguiente pregunta “¿Qué valoración le merecen una serie de profesiones u oficios en la sociedad española actual?”. La mayoría de los ciudadanos encuestados consideraron que una de las peores valoradas debía ser la de periodista, a la que posicionaron solo por delante del trabajo de fontanero.

Lo cierto es que la actividad de los profesionales de la información ha sido criticada en numerosas ocasiones por diferentes motivos, entre los que se encuentra la tendencia a caer en el sensacionalismo y en la información morbosa con el único fin de atraer a un mayor número de lectores.

Entendemos el sensacionalismo como la práctica que tiene su origen a finales del siglo XIX y que fue inicialmente ocasionada por la competencia entre el *New York World* de Pulitzer y el *New York Journal* de Hearst. El enfrentamiento por conseguir mayores ventas y beneficios de estos periódicos hizo que sus dueños cayesen en la publicación de artículos impactantes y a menudo exagerados con la intención de ser más exitosos que el diario rival.

No se puede decir que exactamente exista prensa amarilla o sensacionalista en España, lo que no quiere decir que no se utilicen técnicas, en numerosas ocasiones, cercanas al sensacionalismo.

En un artículo publicado en *El País*, Núñez (1997) reconoce que “los medios de comunicación se encuentran en la encrucijada donde confluyen el dinero, la imagen y el poder”. Es por esto por lo que a día de hoy continúa habiendo diferentes posturas cuando los profesionales de los medios de comunicación se reúnen para tomar la importante decisión de si publicar o no una información o imagen impactante y controvertida pero con gran valor informativo. Es en estas circunstancias cuando los editores de los medios han de tomar la decisión en base a unos criterios periodísticos que avalan la publicación de cualquier hecho susceptible de tener interés para el ciudadano, pero también teniendo en cuenta los límites que han de ponerse a la actividad periodística en determinadas ocasiones, o bien por principios éticos o bien por la propia legislación que regula su actividad.

El hecho de que no existan unos límites precisos y establecidos que separen lo “publicable” de lo que no lo es, es precisamente lo que ha motivado la decisión de llevar a cabo este estudio, cuyo principal propósito es el de analizar los criterios que se tienen en cuenta en los medios generalistas más importantes del país a la hora de tomar una decisión de esta magnitud.

Para ello es necesario explicar el derecho constitucional que poseen los ciudadanos de mantenerse informados y la consecuente responsabilidad social de los periodistas de satisfacer esta necesidad con diligencia profesional. También se exponen los criterios de noticiabilidad por los que se rigen los periodistas encargados de decidir qué ha de publicarse y cómo ha de llevarse a cabo. Además, se analiza el impacto de la imagen y las restricciones jurídicas y deontológicas que sufre la práctica periodística para evitar cometer abusos, sobre todo en perjuicio de menores y grupos socialmente desprotegidos. Estos

límites serán analizados a través de la Constitución Española, de la leyes de Protección del Menor y de los Códigos Deontológicos de los tres medios generalistas más demandados a nivel nacional.

Por último, para poder verificar las hipótesis y cumplir los objetivos de la investigación se han desarrollado entrevistas en profundidad a Alejandro Ruesga (jefe de fotografía de *El País*), Pedro Madueño (jefe de fotografía de *La Vanguardia*), Joel Albarran (jefe de información web de *La Vanguardia*), Silvia Román (jefa de internacional de *El Mundo*) y Caros García (jefe de fotografía de *El Mundo*). Estos ofrecen otra visión más allá de la académica, basada en la experiencia de vivir desde el interior de las redacciones momentos en los que los conflictos éticos e informativos han estado presentes. Las conclusiones extraídas de estas entrevistas responden al día a día de la profesión y ofrecen la perspectiva pragmática de ésta.

1.2 OBJETIVOS

Este trabajo se propone como objetivo principal analizar las motivaciones y argumentos que pesaron en la decisión de publicar la fotografía del niño Aylan Kurdi en la primera de los tres diarios analizados. De forma complementaria a la consecución de ese fin se han planteado los siguiente objetivos específicos.

- Conocer los límites que se establecen en los medios de acuerdo a las decisiones editoriales que se toman en situaciones en las que entra en conflicto la ética con el valor informativo.
- Investigar sobre las diferentes posturas y argumentaciones que se esgrimen en un Consejo de Redacción a la hora de decidir si es ético publicar una información o una fotografía controvertida.
- Verificar la validez de los códigos deontológicos y la influencia de la legislación española en la rutina de los profesionales de la información.
- Demostrar si la explicación que se ofrece para justificar la publicación de la imagen de Aylan Kurdi es equivalente a la que se ofrece en otros casos en los que el interés público no resulta tan evidente.

1.3 HIPÓTESIS

A partir de los objetivos propuestos, el trabajo busca verificar las siguientes hipótesis que estructuran el estudio empírico:

H1. Los medios de comunicación toman sus decisiones editoriales en pro de criterios periodísticos y en defensa de la libertad de información aunque esto entre en conflicto con algunos de sus principios éticos.

H2. El objetivo principal de las empresas de comunicación al publicar este tipo de contenidos es meramente informativo y no económico.

H3. En la toma de decisiones sobre asuntos sensibles se respeta la jerarquía del medio y de la redacción en la toma de decisiones.

H4. El principal motivo por el que se decidió publicar la imagen de Aylan Kurdi fue para concienciar a la sociedad sobre la importancia de acoger a los refugiados que venían de Siria.

H5. Los códigos deontológicos suponen un mero referente teórico para el medio y se aplican con flexibilidad, ya que en las rutinas prácticas se cede en función de la situación sin atender a los principios que se exponen en estos.

2. MARCO TEÓRICO

2.1 La función social del periodismo

Mario Vargas Llosa (2006) afirma que “el periodismo es el mayor garante de la libertad, la mejor herramienta de la que una sociedad dispone para saber qué es lo que funciona mal, para promover la causa de la justicia y para mejorar la democracia” y con esta frase evidencia la gran importancia del papel del periodismo en la sociedad.

Si bien es cierto que el periodismo es un oficio y los medios de comunicación son empresas, es importante tener en cuenta que la materia prima con la que trabajan forma parte de un derecho de todos los ciudadanos y simplemente por esta razón conlleva un compromiso mayor.

Para explicar el poder y la importante función que ejerce el periodismo sobre la sociedad es importante hacer alusión a la teoría de la responsabilidad social y la teoría liberal.

La teoría liberal, defendida a raíz de las revoluciones liberales, por hombres como Stuart Mill o John Locke, guarda estrecha relación con el liberalismo económico de Adam Smith, que defendía la libertad y el poder del pueblo frente a la “innecesaria y equívoca” intervención del Estado (Canel, 1999). De esta forma, los profesionales del periodismo serán los que libremente y en base a sus criterios profesionales se encarguen de tomar las decisiones adecuadas y de informar como “cuarto poder del estado”.

La teoría de la responsabilidad social surgió en el siglo XX como reacción a los abusos que se habían llevado a cabo contra la libertad de prensa y reconocía el poder de esta y su gran influencia en la sociedad, razón por la cual ya se consideró muy necesario exigir un ejercicio responsable.

Del Riego (2013) explica que la información es un bien ajeno al periodista. Se le encarga su gestión para que los ciudadanos, a los cuales identifica como sus dueños, tengan garantizado el derecho a la información, reconocido en la Constitución de 1978 en su artículo 20.1 d.

El periodismo lidia con un bien común que debe proporcionarse a todos los ciudadanos en base a unos criterios de veracidad, honestidad y objetividad. Cada periodista es el responsable de informar sobre lo que ocurre a su alrededor siempre que sea real y de interés público. No obstante, son muchos los académicos y profesionales de la información que sostienen la tesis de que la práctica informativa ha variado a causa de la globalización y de la concentración de los medios (Llobet, 2006). Estos fenómenos son los causantes de que se restrinja el pluralismo informativo y de que se distribuyan mensajes muy similares a través de los diferentes medios de comunicación. La fuente de información suele ser las

mismas empresa centralizadas (agencias de información), que además compiten entre ellas y se ven obligadas a seguir los pasos de su competencia o adelantarse a que ésta lo haga.

Han sido varios los autores que han clasificado las funciones del periodismo. No obstante, se puede tomar como referencia la clasificación que emplea Maxwell McCombs (1985) que las concreta en las siguientes: vigilancia, consenso y transmisión de la herencia social.

Así, se identificaría la vigilancia como la función del periodista de informar sobre todo aquello susceptible de tener relevancia pública, más aún si son casos ocultos y que no interesa que salgan a la luz. Es precisamente a esta función a la que más se acogen los profesionales de la información para explicar por qué es necesario informar de todo lo que ocurre, retratando la realidad en su más absoluta crudeza. No conviene olvidar que realizar este tipo de periodismo puede desembocar en querellas por parte de los afectados, por lo que el celo profesional para obtener y publicar la información es muy necesario para que el periodista pueda *cubrirse las espaldas* ética y legalmente hablando.

La función del consenso estaría de la misma forma identificada con la de vigilancia, ya que una sería causa y consecuencia de la otra. Al informar sobre temas de interés público, el periodista deberá cumplir con su función de responder a todas aquellas preguntas que surjan por parte del ciudadano en relación a las informaciones que se hayan hecho públicas.

Por último, la función de transmisión de la herencia social guarda relación con la idea de construir una cultura y una sociedad de la información nutrida de datos y relatos de actualidad, puesto que será útil para interpretar el presente e incluso entender y predecir el futuro.

La Comisión Hutchins en su informe “Una prensa libre y responsable” (1947) ya estableció, tras la Segunda Guerra Mundial, que las funciones que se atribuyen a la prensa son: servir al poder público (creando un foro de debate), ilustrar al ciudadano para que sea capaz de autogobernarse, entretener y servir a la economía.

Explica Cajina (2013) en su artículo sobre la “importancia del periodismo para el desarrollo de las sociedad” que es complicado que el trabajo del periodista sea totalmente limpio y sin haber sido influenciado por los intereses políticos y empresariales que dominan la atención de la población a su antojo. Sin embargo mantiene que la esencia y la razón de ser de la profesión es alumbrar los problemas de la sociedad como único camino para buscar sus soluciones:

Es la verdadera voz el pueblo, el vehículo que transporta la información de éste (...) el que cuenta las dificultades que estos llevan a cuestas: los problemas políticos, las guerras, el hambre, la pobreza, la corrupción (...) El verdadero periodismo es el que apoya el desarrollo de una sociedad, no el que vende a la sociedad por intereses monetarios (2013).

Es precisamente esta idea en la que inciden muchos profesionales de la información para justificar el motivo por el cual se publican en ocasiones informaciones o imágenes controvertidas pero que se considera que han de difundirse por su relevancia social. Además, alegan que de esta forma son consecuentes con su función de concienciar a las personas sobre las injusticias o dilemas político-morales que se plantean en la actualidad mundial.

Apelando a la necesidad que tiene el periodismo de afrontar la realidad informativa con valentía y sin autocensura García Márquez (1996) explicaba en la Asamblea General de la Sociedad Interamericana de Prensa que: “el periodismo es una pasión insaciable que solo puede digerirse y humanizarse por su confrontación descarnada con la realidad”.

Una vez expuestas todas estas funciones del periodismo para contribuir a la mejora de la sociedad, es evidente entender la necesidad de que se ejerza con diligencia esta profesión. Es importante que los periodistas tengan las garantías de poder actuar con libertad para así satisfacer lo que dictan sus funciones.

La función social del periodista está claramente delimitada y los profesionales involucrados en este sector conocen la importancia de actuar con diligencia.

Cohen (1963) y más tarde, Johnstone (1976) clasifican a los periodistas en neutrales o participativos. Weaver y Wilhoit (1986) cuestionan esta clasificación y añaden al periodista adversario, que controla al gobierno y muestra una actitud desconfiada y el periodista difusor de información que es para ellos aquél que llega al mayor número de gente y con la mayor rapidez posible. Por último, también añaden la categoría de periodista intérprete, que se podría identificar con lo que califica Johnstone como participativo (aporta otra visión, más allá de lo meramente objetivo).

Como consecuencia de estas funciones, resulta evidente que los medios de comunicación deben informar sobre todo aquello que tenga interés público y que deba ser conocido por todos los ciudadanos, en beneficio de su derecho a la información. Tal y como expone Canet (1999) “los medios de comunicación son un componente fundamental de la realidad simbólica” (1999:20), puesto que la percepción mediática influye en la visión que tengan los ciudadanos de la realidad.

2.2. La libertad de información y el derecho constitucional de los ciudadanos a mantenerse informados

La Constitución Española reconoce entre sus derechos fundamentales el derecho a la libertad de expresión e información en los siguientes términos: “Se reconocen y protegen los derechos a expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción”. Así, el artículo 20.1 de la Constitución Española ampara al periodismo en el ejercicio de su labor de difundir la información con libertad y sin censura. Si bien es cierto que esta afirmación en la legislación española implica a los medios de comunicación y las empresas informativas, el apartado D de este artículo también reconoce el derecho de los ciudadanos a recibir información veraz porque se considera que ésta es indispensable para que los individuos se desarrollen en sociedad, con los conocimientos suficientes para participar en la vida política y tomar decisiones pertinentes en el terreno personal.

No conviene que el término “veraz” pase desapercibido, puesto que los tribunales que protegen este derecho son los mismos que exigen la veracidad de los hechos como requisito indispensable para poder defender la libertad de información. Se entiende así que

los periodistas deben actuar “de buena fe, de modo que comuniquen informaciones exactas y dignas de crédito, respetando la deontología periodística” (STC, 2010).

La salud democrática de una nación tiene mucho que ver, por tanto, con la calidad de la información que emitan los medios de comunicación y con el nivel de respeto a los derechos mencionados. Así lo expone una Sentencia del Tribunal Constitucional:

En su vertiente de derecho a recibir información constituye un derecho de libertad, de carácter social o colectivo, y de distinta naturaleza que los derechos individuales. La misma se encuentra al servicio del debate público, sirve como mecanismo de control de los actos públicos y es garantía de la existencia de una opinión pública libre, sustrato del pluralismo político, y requisito sin cuya existencia los demás derechos y libertades no podrán ejercerse en condiciones de libertad (STC 27 de octubre de 1987).

El derecho a la libertad de información no está solo recogido en la legislación española a través de la Constitución, sino que también forma parte de textos internacionales de obligado respeto para todas las instituciones y poderes.

Estos principios están a su vez recogidos en el marco de legislación europeo, ya que el Tribunal Europeo de Derechos Humanos lo incorpora como parte de los principios fundamentales, considerando la libertad de información y el derecho a ella como principios ligados a cualquier país regido políticamente por la democracia.

El Pacto internacional de Derechos Civiles y Políticos, el Convenio Europeo para la protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales y la Carta de Derechos Fundamentales de la Unión Europea también explicitan este derecho. Esta última, además, hace explícita referencia a los medios de comunicación, sobre los cuales asegura deben ser libres y plurales. (2000, C 83/394).

En el caso de que una información o una imagen determinada tenga un alto valor informativo, el medio se ve obligado a publicarla por el simple derecho del público a recibir información, ya que si se hiciera de otra forma podría conllevar la pérdida de credibilidad del medio (Linde, 2005).

Resulta evidente que la libertad de información está totalmente amparada en los países con sistemas democráticos, que parten de la base de que es necesario informar para formar pero continúa vigente la duda de si todas las informaciones sirven para formar al público y si cualquier información se puede publicar, asuntos sobre los que la legislación no resulta tan clara.

2.3 Criterios de noticiabilidad. El valor informativo y el interés público.

Para entender la diferentes posturas que surgen en un Consejo de Redacción de un medio de comunicación es necesario explicar qué se considera noticia y qué criterios se tienen en cuenta para decidir si debe publicarse.

Se parte de la base de que todo hecho novedoso y que forma parte de la actualidad es de interés público y por tanto entra dentro de aquello a lo que tiene derecho a conocer el ciudadano.

Warren (1979) expuso los siguientes principios como criterios de noticiabilidad: actualidad, proximidad, relevancia, rareza, conflicto, suspense, emoción y consecuencia.

Más tarde, Wolf (1994) completó de forma más detallada la clasificación de Warren. El autor de la obra 'La investigación de la comunicación de masas' explica que los criterios a tener en cuenta en torno a la noticia se basan principalmente en tres: el contenido, la disponibilidad de material y la competencia.

En lo que al contenido se refiere es importante que sea de interés, pero como el propio Wolf señala, "afirmar que una noticia es seleccionada porque es importante o interesante no explica gran cosa si no se especifican ulteriormente los valores/noticia, explicitando su aplicación operativa" (1994:122).

La importancia de un acontecimiento estaría condicionada, por tanto, por el grado y nivel jerárquico de los sujetos implicados en el acontecimiento, por el impacto sobre la nación y el interés nacional, por la cantidad de personas implicadas y por la importancia del hecho respecto a la evolución futura de una situación.

De la misma forma, la disponibilidad de material y la accesibilidad a este sería un condicionante importante para la publicación del hecho noticioso. Lo mismo ocurre con la relación entre el público y el medio, que según la finalidad que busque deberá priorizar un

tipo de noticias y otras. El medio tendrá que sopesar si se trata de un producto interesante y si no cae en el sensacionalismo o “infringe los límites del buen gusto, de la decencia” (Ibid: 128).

Por último, la competencia también supone un criterio de relevancia en lo que a los valores de noticiabilidad se refiere. La competencia puede influir en la publicación de un hecho bien por la exclusividad de la noticia para el medio, bien por las llamadas “expectativas recíprocas” o bien por ajustarse a los modelos de referencia. Es decir, si el medio es el primero que obtiene la información será más probable que decida publicarla por el único hecho de poseer la exclusiva. De la misma forma, es probable que una noticia sea seleccionada porque se espera que otros medios de la competencia también lo hagan. “Las expectativas recíprocas se convierten en una atadura común: de hecho frenan aquellas innovaciones en la selección de las noticias(...)contribuyen a la semejanza de las coberturas informativas entre informativos o periódicos competitivos” (Gans, 1979:177).

Varios autores coinciden en identificar la expectativa sobre lo que hará la competencia a la hora de decidir qué informaciones publicar. Llobet (2006) explica que el compromiso del periodista a ofrecer una información veraz, contrastada e imparcial se ha visto aminorado por la competencia. Prima más “la avidez sin límite por dar primicias y la lucha feroz por captar o mantener las audiencias o los lectores” (2006:1). Esta idea desemboca en la concepción de noticia como una mercancía más, fruto de una empresa que se olvida de su compromiso social.

La clasificación de Martini (2000) es más reciente y adaptada a los nuevos acontecimientos. Lo que Warren llamaba actualidad, Martini (2000) lo denomina novedad, puesto que entiende que algo que se escapa de lo cotidiano es objeto de noticia. También destaca como criterios de noticiabilidad: la originalidad, imprevisibilidad e inmediatez; la evolución futura de los acontecimientos, el grado de importancia y de gravedad, la proximidad geográfica, la magnitud por la cantidad de personas y lugares implicados, la jerarquía de los personajes e incluso los desplazamientos¹. Conviene centrarse especialmente en el criterio de importancia y de gravedad, puesto que podría estar ligado a los casos más controvertidos. Según explica Martini se entiende que tiene que ver con el

¹ Martini (2000) entiende por desplazamientos el movimiento activo de personas anónimas, como individuos públicos, por movimientos, agrupaciones significativas, cambios de lugar, viajes, trayectorias, etc. que a

peso que tiene un determinado acontecimiento en la sociedad. No obstante, estos continúan siendo principios abstractos que cada periodista tendrá que valorar e interpretar en los casos concretos.

Se podría decir que estas decisiones editoriales no responden a patrones rígidos, no son fórmulas matemáticas, ya que cada medio decide en función de sus intereses y principios qué informaciones transformar en noticias y cuáles no.

Martini indica que a la hora de definir lo noticiable, los medios tienen en cuenta “el valor de la noticia como información, como impacto emocional y como formadora de la opinión pública” (2000). La autora ya no solo expone el valor informativo tradicional que incorporan la mayor parte de los manuales, sino que hace clara alusión a todo aquello que crea un impacto en el público como criterio que justifica la publicación de una información. El hecho de destacar que el mayor grado de emotividad de un hecho favorece su publicación guarda una estrecha relación con lo que se define como sensacionalismo: “tendencia de algunos medios a presentar las noticias destacando sus aspectos más llamativos, aunque sean secundarios, con el fin de provocar asombro o escándalo”.

De cara al caso que se analiza en este trabajo de investigación también conviene destacar el tercer principio al que hace alusión Martini (2000) sobre cómo formar a la opinión pública, entendiendo que hay asuntos sobre los que la ciudadanía ha de tener una opinión. Son muchos los periodistas o editores de periódicos que mencionan esta premisa para justificar muchas de las publicaciones de fotografías de inmigrantes o niños en condiciones desfavorecidas.

Colombo (1997) incluso marca una jerarquía en las informaciones sobre sucesos. Teniendo en cuenta la investigación que realiza en los informativos televisivos de la ACB-TV indica que existe una lista de prioridades teniendo en cuenta el tipo de suceso de que se trate (1997:182). Así, evidenciaba que cuanto más relevancia, efecto, repercusión, debate y comentarios posteriores recibe una publicación se considera que mayor acierto ha tenido el periódico al convertir ese hecho en noticia.

El proceso de selección, enfoque y elaboración de noticias es muy subjetivo por parte del periodista encargado de tomar estas decisiones. La actitud de éste, por tanto, influirá notablemente en el resultado final, en función de si decide ser un actor imparcial o, por el contrario, defensor y reivindicador de una causa. La investigación de Canel, Sánchez y Rodríguez (1999) ratifica que el periodista reivindicativo y que entiende que su función principal es la de abogar por una causa o cambiar la sociedad edita las informaciones con el fin de aumentar el interés de la audiencia, mientras que el periodista “difusor o propagador de información” ajusta la información a los hechos y su fin último es la neutralidad para evitar posibles conflictos.

No obstante, Bleyer (1983) plantea que existe una idea tradicional de que “la noticia es todo asunto de actualidad que interesa a un grupo de personas, y la mejor noticia es la que revista el máximo interés para el mayor número” (1983:54). Sin embargo, Jonson (1971) es más pragmático al señalar que “noticia es lo que un director avezado decide que salga en su periódico” (1971: 38). Este último planteamiento apoya la tesis de que en las redacciones de los medios de comunicación se respeta la jerarquía de los puestos de trabajo a la hora de tomar decisiones y que es al final el editor el que decide qué información se convierte en noticia y qué no, aunque a la hora de tomar esa decisión tenga en cuenta aspectos profesionales y criterios de noticiabilidad hasta aquí señalados

Fue el académico Kurt Lewin (1947) quien introdujo el concepto de *gatekeeper* para definir a los encargados de seleccionar la información y de controlar el filtro que han de traspasar las informaciones que finalmente se publican en los medios. Lewin (1947) mantiene que estos guardabarreras actúan respondiendo a las demandas de información del público.

Al margen de estos criterios, Tankard (1991) alude al *framing* para explicar que es tan importante el hecho que se decide hacer noticia como el encuadre o enfoque que se le da a este, ya que es parte de la mediación del periodista entre la información y la realidad. Tankard (1991) menciona los titulares, antetítulos, subtítulos, fotografías, pies de foto, leads, citas, selección de fuente, logos, tablas, estadísticas y gráficos como elementos que señalan la importancia que se otorga a la noticia o el enfoque en el que se enmarca, elementos verbales y visuales simbólicos, que aportan un significado e información al hecho aislado.

Además de las apelaciones al valor informativo como criterio prioritario es habitual encontrar el concepto de interés general como único principio que legitima la publicación de ciertas informaciones que pudieran vulnerar, a priori, un derecho.

Ladevéze (1991) llega a asegurar que en un sistema democrático cualquier hecho que se produzca puede llegar a ser noticia. Argumenta que cada medio optará por unos criterios para decidir qué hechos son seleccionados. No obstante, considera que todos los medios serán unánimes a la hora de tener en cuenta lo que interesa a un número suficiente de personas para que el trabajo periodístico resulte rentable.

Ladevéze diferencia entre el interés público, asociado al periodismo serio o de calidad y el interés psicológico (lo que él denomina “periodismo de sensación”). Es de interés público todo lo que atañe al ciudadano precisamente por su condición de serlo. Todo aquello que supondrá información útil para que este se desarrolle en sociedad. No obstante, suelen ser hechos que requieren de comprensión y análisis del consumidor para asimilar principios, procesos y reglas abstractas.

Sin embargo, el interés psicológico, asociado a lo sensacional, traería consigo precisamente todos los acontecimientos que conmueven a las personas no por el interés social sino porque apelan a las emociones o sentimientos del sujeto. Generan cierto interés pero es momentáneo y producido por el afán de los humanos de interesarse por temas impactantes o relacionados en cierta manera con la sensibilidad: “Nuestra psicología se inquieta, estremece, conmueve o alegra al conocer cierto tipo de sucesos, dramáticos, peculiares, sociales o sorprendentes, por mucho que los gustos y aficiones de unos y otros son muy diversos” (Ladevéze, 1991:41).

El término interés público también ha sido estudiado desde el punto de vista jurídico. Son muchos los juristas que se han planteado el verdadero significado de este término, puesto que se vuelve a encontrar cierta ambigüedad a la hora de reconocer aquella información de “interés público” y aquella que no lo es. Escola define este término como “el resultado de un conjunto de intereses compartidos y coincidentes de contenido contingente, variable según las épocas, las técnicas y las formas sociales”. Ante esta afirmación, resulta inevitable reflexionar sobre la idea de verificar si una noticia responde o no a los intereses de una mayoría.

2.4 El impacto de la imagen, sus efectos y el poder de cambios social

Es una máxima generalmente admitida que “una imagen vale más que mil palabras”. Este aforismo tiene especial significado en el caso de los medios de comunicación. Se ha demostrado empíricamente que la mayoría de sus publicaciones generan más visitas si incorporan imágenes impactantes. Por no hablar de la televisión, que prácticamente desde sus inicios se ha convertido en el medio más demandado por el poder de su lenguaje audiovisual.

Sartori (1998) sustenta la idea de que la repercusión de este medio es tal que podría llegar incluso a crear un nuevo tipo de ser humano, el *homo videns*. El autor califica a la televisión como un espectáculo que empobrece la capacidad de entender. Además, la televisión se centra en asuntos banales que acaban teniendo una repercusión negativa, ya que no toda información es digna de ser mencionada si no tiene relevancia sustancial. Sartori (1998) critica que la imagen que ofrece la televisión induce a error y que lo único que se busca es un efecto en la sensibilidad de las personas, fomentando así un deterioro de la información relevante.

Las imágenes, al contrario que las palabras, permanecen un largo tiempo en la retina, tanto que, según las últimas investigaciones científicas, “sin imagen es difícil que algo se asiente en la memoria a largo plazo” (Punset, 2008). Es por esto por lo que son un recurso muy utilizado y muy eficaz para explicar ciertos conflictos, sucesos o situaciones. Materializar mediante imágenes un hecho que, hasta el momento permanece como un concepto abstracto, surte un efecto inmediato en el cerebro de un sujeto. Punset lo ejemplifica de esta forma:

Hay muy pocas posibilidades de que alguien a quien se le piden cien euros para combatir el hambre y la enfermedad en Ghana acceda a desprenderse de su dinero. Pero si circula en su coche por una autopista y ve en la cuneta un cuerpo ensangrentado, le parecerá normal detenerse, transportar al herido a un hospital y pagar los cien euros que costará, como mínimo, la limpieza de su vehículo (2008)

La fotografía periodística ha jugado un papel importante en la sociedad desde su incorporación a la prensa. El ejemplo claro lo podemos ver en fotoperiodistas de guerra como Capa, Riis, Fenton o Cartier-Bresson, cuyas fotografías han dado la vuelta al mundo por su fuerza simbólica, por su significado y por permanecer en la memoria de millones de personas a lo largo del tiempo.

Sontag (2006), en su libro ‘Sobre la fotografía’ analiza el impacto de las imágenes en nuestra sociedad y evidencia su fortaleza a través de la importancia de su influencia en nuestra manera de sentir y pensar. Además, no duda en denunciar que las fotografías no siempre reflejan la realidad, sino una visión parcial de esta y en muchas ocasiones incluso exagerada. Resulta interesante una de las conclusiones a las que llega Sontag sobre el porqué del interés del ciudadano sobre las fotografías sensacionales:

la sensación de estar a salvo de la calamidad estimula el interés en la contemplación de imágenes dolorosas, y esa contemplación supone y fortalece la sensación de estar a salvo(...) porque se está *aquí* y no *allí* y en parte por el carácter inevitable que todo acontecimiento adquiere cuando se lo transmuta en imágenes (2006: 235).

Así, la autora explica que es una costumbre normalizada entre los fotoperiodistas y los medios de comunicación optar por imágenes en las que se refleja la violencia, la guerra o cualquier tipo de desastre “La guerra y la fotografía ahora parecen inseparables, y los desastres de aviación y otros accidentes aterradoros siempre atraen a gente con cámaras” (2006: 234).

Linde (2005) denuncia la utilización de las imágenes al servicio del consumismo pero defiende la necesidad de estas, puesto que considera que con vigilancia y control son imprescindibles para las democracias modernas.

Si bien es muy complicado probar que una imagen incida en la conducta o en la conciencia de la sociedad, Valle (1978) dio a conocer el concepto imágenes-tatuaje para explicar el impacto que tienen las fotografías en la mente de la audiencia: “algunas imágenes pueden impactar la sensibilidad del espectador de tal manera que se imprimen en su memoria como una especie de tatuaje emocional(...) pueden acompañarnos durante el resto de nuestra vida” (1978:47)

Además, autores como Fueyo (2002) han corroborado que la conducta de la ciudadanía frente a determinados temas, problemas y situaciones se encuentra directamente

relacionada con las imágenes que se tiene sobre los mismos. Estas investigaciones evidencian que las imágenes son capaces de generar más información y de “influir decisivamente en la creación de estados de opinión” (2002:9)

Pese a la fuerza evidenciada de la imagen, existe el debate sobre los efectos que puede tener su publicación. Incluso para algunos autores las consecuencias son contraproducentes: en lugar de concienciar y remover la conciencia de la sociedad, las imágenes especialmente duras contribuirían a acostumbrar la mente y la sensibilidad de las personas, anestesiándolas frente al horror. Una de las principales defensoras de esta idea es Susan Sontag, que se muestra tajante en una de sus más significativas confesiones: “En las últimas décadas la fotografía comprometida ha contribuido a adormecer conciencias tanto como a despertarlas” (2006: 39).

La autora argumenta que el exceso de imágenes nos insensibiliza al enfrentarnos al horror:

Las cámaras reducen la experiencia a miniaturas, transforman la historia en espectáculo. Aunque crean simpatía, también la interrumpen, enfrían las emociones. El realismo de la fotografía crea una confusión sobre lo real que resulta, a largo plazo, moralmente analgésica y además, a corto y largo plazo, sensorialmente estimulante (2006: 158).

En el lado opuesto a las teorías de Sontag se sitúan otros autores que consideran que mostrar el horror o las consecuencias de la violencia es algo necesario para concienciar a la sociedad porque la ausencia de imágenes provoca la desaparición del conflicto (Linde, 2005).

De la misma forma, el antiguo Defensor del Lector de *La Vanguardia*, Josep María Casasús (2002) explicaba que tapar los rostros de todos aquellos niños afectados por situaciones de violencia o de dolor, sería una práctica rechazada por los lectores, que no aceptarían la manipulación continua de las fotos.

Si bien es cierto que el argumento utilizado por la mayoría de los periodistas para justificar la intromisión, *a priori*, ilegítima en el derecho a la imagen o la intimidad de ciertas personas, es el interés público y la necesidad de concienciar a la sociedad; existen

consecuencias probadas relativas a su publicación. Linde (2005) las clasifica en: desensibilización, hipersensibilización, imágenes y verdad y vigilancia y control.

El concepto de desensibilización responde a la exposición continua de una realidad dramática, que puede derivar en un proceso de emoción que acaba por habituar a los humanos a dichas catástrofes. De esta forma, la capacidad de compasión se atrofia y la exageración y el exceso puede llegar a convertir a los espectadores en insensibles a causa de un proceso de tolerancia.

No obstante, Linde (2005) considera que puede ocurrir todo lo contrario. Es decir, es posible que este tipo de imágenes o informaciones aumenten el miedo y la inseguridad de las personas, como consecuencia de haber presenciado a través de fotografías la violencia o la muerte de forma habitual. Ante esta situación, los ciudadanos pueden llegar a pensar que el mundo es solo drama y que, por tanto, es la crueldad lo que le caracteriza.

La tercera de las consecuencias que se expone tiene que ver con el hecho de desvelar la verdad para concienciar de las injusticias y luchar contra ellas. En este caso la consecuencia sería positiva, puesto que movilizaría protestas contra guerras u otros tipos de injusticias.

La infancia suele ser un icono ya estandarizado para representar la crudeza de las guerras, así como el espanto causado por la barbarie y la sinrazón humanas. La relación entre violencia, infancia, guerras y fotoperiodismo ha sido estudiada por muchos académicos que han concluido que la mayoría de las fotografías más impactantes se han caracterizado por poseer estos cuatro factores. Resulta sorprendente si se tiene en cuenta que, teóricamente, la infancia está especialmente protegida por el derecho y la deontología que imponen mayores restricciones a la actividad periodística cuando se trata de asuntos que afectan a menores.

Macià Barber (2013) en su estudio sobre las imágenes en el conflicto palestino israelí, extrae de su análisis que la mayoría de imágenes publicadas “transgrede la normativa legal a la vez que vulnera la deontología periodística” (2013:96). De la misma forma, llega a la conclusión de que se abusa del recurso menor-víctima y que es probable que esto suceda a causa de un innegable impacto emocional en los receptores. En el 88,5% de las fotografías analizadas por Macià se exponen los rostros de los protagonistas y en las excepciones en

las que no se hace no se oculta de modo deliberado, sino que el sujeto se encuentra de espaldas (7,7%) o no se vislumbra el rostro porque hay algo que lo tapa (3,8%).

Además, existe una costumbre peligrosamente normalizada: la mayoría de las imágenes provienen de las agencias informativas internacional, que homogenizan la información y favorecen la difusión del material. Esto explica que prácticamente la totalidad de los medios de comunicación ofrezca los mismos contenidos y que además se vean forzados a hacerlo por la competencia empresarial, puesto que si no lo publican serán otros los que lo hagan y quizás consigan mayor venta de ejemplares.

2.5 Límites a la actuación periodística en materia de infancia e inmigración

A pesar de que existe una regulación legislativa que ampara los derechos de los periodistas a informar, la actividad de estos no es ilimitada. Existen ciertos derechos que, en determinadas ocasiones, entran en conflicto con el derecho a la información. Así, el periodismo y la libertad de prensa se ven coartados por otros derechos de los ciudadanos reconocidos en marcos legales o por los mismos códigos éticos que los profesionales de la información formulan para regular la actividad periodística y actuar así con diligencia.

Ahora bien, en una sociedad libre de mercado en la que los medios de comunicación son empresas y buscan justificadamente un reclamo económico la cuestión es cómo exigir y conseguir que se cumpla una conducta responsable y adecuada a los medios de comunicación (Ruiz, 2010).

La regulación, tanto legislativa como ética, que afecta a las materias de infancia e inmigración, dada la relevancia que para esta investigación tiene la fundamentación teórica de estos dos aspectos puesto que la norma es más estricta cuando un menor es el principal protagonista de la información.

2.5.1 Los límites de la legislación española. La Constitución y el Código Penal

La popular frase: “los derechos de cada uno acaban donde empiezan los de los demás” se ejemplifica a la perfección cuando se explican los límites que establece la jurisdicción española a los derechos constitucionales de la libertad de información y de expresión.

Efectivamente, estos no son ilimitados y , tal y como se explicita en el artículo 191 del Código Penal , los alcances de algunos derechos están “supeditados a la inviolabilidad de otros” (1995).

Cuando la libertad de información o de expresión colisiona con otros derechos considerados fundamentales y reconocidos por la propia Constitución Española entra en juego el factor del interés público, que será el encargado de delimitar las diferencias entre lo que es y no es publicable.

A pesar de que la libertad de información o de expresión tiene límites, en el momento de llevar a cabo estas limitaciones surgen dudas de quién decide encargarse de fijar esos límites y es por esto por lo que en ocasiones se ve afectada la verdadera eficiencia de estas medidas reguladoras (Del Riego, 2013).

Sartori (1998), al reflexionar sobre la correlación y complementariedad entre la deontología y el derecho concluía que “únicamente el derecho puede resolver el problema y que la ética solo puede que limitarse a reclamar la intervención de las leyes”.

Como ya se ha explicado, es el artículo 20.1 de la Constitución Española, el que regula el derecho fundamental de la libertad de información. Se considera que los derechos fundamentales son aquellos que están ligados a la dignidad de la persona. No los crea el poder político, sino que es el propio Estado el que reconoce como oportuno su reconocimiento, defensa y cumplimiento. Así, el artículo 18 de la Constitución Española reconoce el derecho al honor, la intimidad y la propia imagen. A menudo ambos derechos entran en conflicto, debido a que el cumplimiento del uno en muchas ocasiones implica la vulneración del otro.

La lógica teórica, jurídica y deontológica, dicta que la libertad de información o de expresión será limitada en pro del derecho al honor, la intimidad o la imagen cuando se trate de temas de ámbito privado. Cuando son cuestiones de interés público, en las que se ven involucradas personas de relevancia social, la balanza se inclina del lado de la libertad de prensa. Tal y como indica el texto legal:

Los derechos protegidos en la ley no pueden considerarse absolutamente ilimitados (...). Los imperativos del interés público pueden hacer que por ley se autoricen expresamente determinadas entradas en el ámbito de la intimidad, que no podrán ser reputadas ilegítimas (Ley Orgánica 1/1982)

Otro de los factores que justificaría la posible vulneración de estos derechos sería el consentimiento del sujeto en cuestión. El artículo 3 de esta ley indica que “el consentimiento de los menores e incapaces deberá presentarse por ellos mismos si sus condiciones de madurez lo permiten” o por su “representante legal, quien estará obligado a poner en conocimiento previo del Ministerio Fiscal el consentimiento”. El artículo 8, que justifica la intromisión en el honor, la intimidad y la propia imagen en pro de la libertad de información siempre y cuando “predomine un interés histórico, científico o cultural relevante”.

Como suele ser habitual, cuando estos mismos derechos atañen a la infancia la legislación tiende a ser mucho más severa.

La ley orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, también considera intromisión ilegítima en los derechos del menor “cualquier utilización de su imagen o su nombre en los medios de comunicación que pueda implicar menoscabo de su honra o reputación (...) incluso si consta su consentimiento”.

En su artículo cuarto dicha ley también obliga a la no intromisión ilegítima a pesar de que exista consentimiento de los representantes legales del menor. Concluye este artículo en el apartado sexto, que a pesar de que en determinados países la situación sea de violencia o hambruna para muchos niños, “los periodistas no pueden ignorar los principios de ética periodística y de humanidad que deben guiar su labor cuando se trata de los más pequeños”.

En lo que a la regulación internacional se refiere, la Convención sobre los Derechos del Niño también se recogen una serie de indicaciones que los medios de comunicación deberían llevar a cabo en el tratamiento de la información relativa a la infancia.

El artículo 3 de la Convención recoge el principio que dicta sobreponer el interés del niño por encima de cualquier otra consideración. De esta forma se entiende que el hecho de ser niño hace que se tenga que evaluar la información de la que este es protagonista en un

contexto particular que se debe tener en cuenta en el momento de tomar una decisión sobre si es publicable o no.

El artículo 17, establece la obligatoriedad del Estado de ofrecer las directrices adecuadas a los medios de comunicación para la protección de la niñez contra toda información perjudicial para su bienestar.

Por otro lado, en la Ley Orgánica 4/2000, del 11 de enero, sobre derechos y libertades de los extranjeros en España y su integración social, se explicita que estos sujetos serán tratados en condiciones de igualdad y, por tanto, gozarán de los mismos derechos y libertades que los españoles. Así, cualquier diferenciación en la selección o tratamiento de una información que se haya visto condicionada por la nacionalidad del correspondiente protagonista supondrá una discriminación a dicho sector por el menoscabo de sus derechos y, por tanto, una práctica ilegítima e inmoral.

Maurás (2013) resume esta idea en el siguiente párrafo:

Lo que se considera relevante como noticia por parte de los medios de comunicación tiene a menudo elementos de sensacionalismo o de discriminación contra las personas y los niños en situaciones especialmente vulnerables o que son diferentes. Sin embargo, los medios de comunicación pueden contribuir a una visión positiva y constructiva de los niños en la sociedad, siguiendo el principio general de dar el mismo trato a todos los niños, independientemente de su condición u origen, y evitando el sensacionalismo y los prejuicios. Esto significa por ejemplo, evitar la imagen de un niño en las noticias -tanto escritas como audiovisuales-, donde se puede menoscabar su dignidad o producir algún daño. Se debe evitar proporcionar información sobre el contexto, las circunstancias, los nombres de los adultos relacionados con el niño, el lugar de residencia o la escuela (2013:11).

Una vez explicada la teoría jurídica, lo cierto es que en la práctica no hay ninguna barrera establecida que delimite entre aquellos casos en los que hay que actuar a favor del derecho a la información y entre los que se le debe poner freno. No obstante, si revisamos Sentencias del Tribunal Constitucional en las que se hayan planteado estos problemas, en la mayoría de las ocasiones las demandas son interpuestas por una persona que ha visto vulnerado su derecho al honor, intimidad o propia imagen con un fin injustificado y sin

ningún tipo de interés público que justifique la acción. La mayoría de las sentencias que fallan a favor del demandante giran en torno a temas de prensa “rosa” en los que no existe ninguna justificación de interés público que pueda defender al demandado, más que el derecho a la libertad de prensa sin límites

Así, el Tribunal Constitucional investiga cada caso y tiene en cuenta los criterios expuestos para determinar si dictar a favor de la libertad de información o ponerle límites pero no existe una fórmula matemática ni una frontera establecida que permita marcar una clara dicotomía entre lo que es legítimo publicar y lo que no.

En su intento de aproximarse a esta línea divisoria en la confrontación de estos derechos, se puede encontrar este significativo párrafo en una Sentencia del Tribunal Constitucional :

El valor preponderante de las libertades del artículo 20 CE solo puede ser apreciado y protegido cuando aquéllas se ejercitan en conexión con asuntos que son de interés general, por las materias a las que se refieren y por las personas que en ellos intervienen y contribuyen en consecuencia a la formación de la opinión pública (STC, 1988)

Un grupo de jueces de la Sección Territorial de Andalucía decidieron manifestar su opinión en torno a este tema en un artículo científico titulado ‘Libertad de información, honor y censura judicial’. Estos defienden la derogación de la Ley Orgánica 1/82 del 5 de mayo o al menos su sustitución por “un nuevo texto legal”, ya que “debe ser eliminada la ambigüedad que la caracteriza, que ha dejado en manos de los Jueces la determinación de los límites de la libertad de información”. Se pide, así, que se modifique para orientar y dar garantía al ciudadano, al periodista y a los jueces “ a la hora de ejercitar las libertades y de resolver los conflictos que dicha práctica genera”.

2.5.2 Los códigos de deontología periodística españoles. El Código de la FAPE y la Declaración de Principios de la Profesión Periodística del Colegio de Periodistas de Catalunya.

En sí mismos los medios no son buenos ni malos: depende del uso que se haga de ellos, que ante todo debe ser responsable. Sus actores deben velar por la libertad de expresión e información de todo ciudadano, y eso es algo que les incumbe directamente y no tanto al Estado o al Derecho. ¿Cómo? Por medio de una tarea indispensable: la autorregulación (Aznar, 1999: 288)

A pesar de que la actividad periodística se ve coartada por diferentes razones de carácter legal, también forma parte de su función social el estar limitada por sí misma. Es decir, si el periodismo ejerce una función social, ha de ser modélico para la sociedad, sirviendo de ejemplo por la forma en la que los propios profesionales de la información ejercen su trabajo. Es necesario que la ética del periodismo se entienda como una ética social, ya que los medios de comunicación llevan a cabo una función pública que afecta a todos los ciudadanos (Núñez Encabo, 1999). Así, a día de hoy, prácticamente la totalidad de los medios de comunicación cuentan en su organización con códigos deontológicos que recogen los principios éticos que han de seguirse.

La Federación de Asociaciones de Periodistas Españoles (FAPE), la organización más representativa de los profesionales de la información, recoge en el preámbulo de su código deontológico que: “La profesión periodística entiende que le corresponde mantener, colectiva e individualmente, una intachable conducta en cuanto a la ética y la deontología de la información se refiere”. La FAPE se compromete a promulgar una serie de principios entre los que es pertinente destacar los siguientes, directamente relacionados con el conflicto entre derechos:

El artículo 4 explica que “sin perjuicio de proteger el derecho de los ciudadanos a estar informados” se deberá respetar el derecho de las personas a su propia intimidad e imagen, “teniendo presente que solo la defensa del interés público justifica intromisiones”. Además, en el apartado D de este artículo se explicita que “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”.

En el artículo 6 se incide sobre la idea de que “el periodista deberá abstenerse de entrevistar, fotografías o grabar a los menores de edad sobre temas relacionados con actividades delictivas o enmarcables en el ámbito de la privacidad”. Y en el 7 exige al periodista “extremar su celo profesional” cuando el sujeto de sus informaciones sean personas débiles o discriminadas, como pueden ser los refugiados.

El último artículo a destacar de este código (artículo 9) reconoce, además, el derecho del periodista a ser amparado frente a quienes “pretendan desviarle del marco de actuación fijado”. Es importante destacar este punto si tenemos en cuenta que muchas de las explicaciones que dan los periodistas cuando llevan a cabo una acción poco ética dentro de su medio de comunicación involucra al editor correspondiente. Es decir, se tiende a justificar un acto que va en contra de los principios éticos aludiendo a la supuesta tiranía del director que busca el interés mercantil apostando por la noticia que más vende. Es importante, por esta razón, demostrar si existe algún tipo de protección para el periodista en el caso de que se opusiese a su medio a la hora de elaborar una información.

Los principios que afectan de forma directa al análisis de la fotografía de Aylan Kurdi guardan estrecha relación con la guerra que vive Siria y su consecuente movimiento de refugiados. Es por esto necesario conocer, además de estos principios que se han destacado del Código Deontológico de la FAPE, otros que recogen las recomendaciones éticas que se deben seguir en este tipo de conflictos.

La Declaración de Principios de la Profesión Periodística del Colegio de Periodistas de Catalunya resume en su artículo 5 consejos como el siguiente:

Explorar los conflictos en su complejidad y tratar la violencia y sus efectos, tanto los visibles como los invisibles, pero también ocuparse de las causas diversas que los han generado(...) Informar de los conflictos, aunque no haya violencia, para poder ayudar a prevenirla (...) y no abandonar la cobertura después del alto al fuego.

Para que los códigos éticos no se conviertan en *papel mojado* y sean documentos vinculantes es necesario que dichas recomendaciones se materialicen. “Hay que tratar de garantizar en la práctica que se apliquen efectivamente en beneficio de un buen servicio profesionalizado. Distinguiendo eso de las proclamas que tan solo tratan de proteger la imagen, los intereses y el status del colectivo profesional y de cada uno de sus miembros” (Hortal, 1994:62).

Para mejorar su utilidad es necesario que los códigos éticos sean precisos y se alejen de toda ambigüedad a fin de evitar interpretaciones interesadas. Sería necesario que los Códigos Deontológicos integraran en sus obligaciones éticas a los editores de los medios, de una forma más genérica, y no solo con el periodista, ya que el ejercicio de su actividad se enmarca en un contexto empresarial que lo condiciona (Suárez, 2013).

No obstante, por muy alto que sea el grado de precisión de los Códigos Éticos, no pueden abarcar todas las situaciones y dilemas profesionales que se puedan dar en la rutina periodística de cada medio. Es necesario, por tanto, que los códigos supongan un elemento complementario que se sume a la actitud moral de cada periodista, cuyo juicio y criterio debe guiar para determinar qué es lo correcto.

2.5.3 Códigos éticos de *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia*

Los Estatutos de Redacción de los tres medios analizados en esta investigación muestran características comunes, entre las que destaca la explicación de las funciones del Consejo Profesional o de Redacción, cuya función es amparar los derechos de los trabajadores del periódico frente a la injerencia de sus directores. Por otro lado, en los Libros de Estilo se puede ver un tono diferente que se identifica más con un manual que explica cómo debiera ser la correcta actuación de los periodistas. Se podría decir que, mientras que los Estatutos de Redacción se encargan de exponer los principios de los profesionales de la información, los Libros de Estilo examinados se centran más en la forma de la correcta forma de obrar de las personas que trabajan para ese medio. En los Estatutos podemos ver que se alude explícitamente al hecho de que los directores son los principales responsables de todo lo que se publica y por tanto se les concede el derecho a veto.

En cuanto a los principios editoriales se refiere, el Estatuto *La Vanguardia* indica que “se respetará la intimidad de las personas”, especialmente la de los menores.

En el Estatuto de Redacción de *El Mundo* podemos ver algunas pautas éticas entre las que se explicita que se debe ser “especialmente sensible con los derechos de las minorías”. Sin embargo, en su Libro de Estilo, *El Mundo* sí que adopta un tono y estilo que hace que más que un código ético parezca toda una declaración reivindicativa de los derechos y deberes del periodista. El capítulo 7, titulado: “Normas de práctica y ética” cuenta con un apartado en el que se incide en la necesidad de salvaguardar la privacidad de las personas. Se añade que los personajes públicos están igualmente protegidos que el resto de los ciudadanos y que solo justifica la intromisión en la vida privada o en el derecho a la imagen el interés público. También se hace especial alusión a la protección de la infancia. Indica que ésta es una prioridad que “admite muchas menos excepciones” a la hora de entrometerse en su vida privada o vulnerar su derecho a la imagen y constata que “Los medios informativos españoles han demostrado a veces una profunda insensibilidad ante los derechos de los niños”. Por lo tanto, “siempre que la imagen pueda dar lugar al menor litigio es conveniente ocultar el rostro”.

Están justificadas, según este manual, la utilización de imágenes impactantes siempre que sean insustituibles, aporten información relevante, sean noticia en sí mismas o se trate de tragedias ejemplarizantes.

En cuanto al medio generalista más leído a nivel nacional, *El País*, se podría decir que aprovecha su Estatuto de Redacción para resaltar el derecho de veto del editor y las funciones del Comité de Redacción. Simplemente podemos ver una alusión en su Manual de Estilo a las imágenes, sobre las cuales se explica que, si son desagradables, solo se publicaran cuando “añadan información”.

3 METODOLOGÍA

La entrevista es un método de investigación pertinente a este trabajo dado que es la forma de obtener información sobre los acontecimientos vividos por los sujetos analizados y profundizar en su percepción de la realidad de la toma de decisiones dentro de la redacción, tanto en sus aspectos objetivos como en sus impresiones personales.

Se localizó a aquellos periodistas que tuvieron una participación directa en la reunión o Consejo de Redacción de sus medios donde se decidió la publicación de la foto de Aylan. Se consideró que las personas pertinentes de ser entrevistadas para obtener conclusiones válidas debían responder o bien al cargo de jefe de fotografía o de internacional o formar parte de la directiva del medio, siempre y cuando participasen de forma activa en los Consejos de Redacción y en la toma de decisiones. Se entrevistó a otros periodistas que, a pesar de no haber vivido el acontecimiento, pudieron aportar información relevante en lo que a la toma de decisiones de este tipo se refiere. Es el caso de Silvia Román, actual Jefa de Internacional de El Mundo, que a pesar de incorporarse a la redacción después de la publicación de la imagen, ha asegurado que podía ofrecer información sobre el proceso que se siguió hasta que ésta salió a la luz, al igual que sobre las diferentes posturas y conflictos que se dan en el periódico.

Además, de forma complementaria y con el objetivo de obtener información en torno al poder de la imagen, la jerarquía en los *gatekeepers* de los medios, y los argumentos que generalmente se esgrimen para justificar de forma ética la publicación de una imagen sensible, se entrevistó a Raúl Cancio, ex Jefe de Fotografía de *El País*.

Se ha optado por realizar entrevistas semiestructuradas, que permiten una mayor flexibilidad a la hora de profundizar, debido a las preguntas abiertas que incorpora, en aquellos aspectos que resultan más pertinentes para la investigación. Además, el orden de los temas varía en función del cómo se desarrolle el transcurso de la entrevista y de las respuestas del entrevistado. En todas las entrevistas se siguió un cuestionario común (Anexo 1) con posibilidad de repreguntar e introducir nuevas cuestiones, organizado en torno a las siguientes áreas temáticas: Consejo de Redacción, reuniones y toma de decisiones; concepción del interés público; el poder de la imagen; utilidad de los Códigos Deontológicos; jerarquía de decisión en los medios; agencias de comunicación y redes sociales y, por último, se preguntó de manera detallada sobre los diferentes factores del proceso que se llevó hasta la publicación de la imagen de Aylan Kurdi.

Todas las entrevistas fueron grabadas en audio y posteriormente transcritas. Los anexos 1-6 recogen estas transcripciones literales.

El análisis de contenidos también ha sido un método utilizado en la investigación, ya que se ha considerado importante realizar un estudio de las diferentes portadas que se hicieron públicas en los tres medios escogidos, las fotografías utilizadas y las ediciones de los días posteriores al 3 de septiembre de 2015.

4 RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

4.1 Caso del niño sirio Aylan Kurdi

Aylan Kurdi fue un niño sirio de tres años que murió ahogado en una playa turca el 2 de septiembre de 2015. El pequeño, trataba de huir de Turquía junto a su familia y otros refugiados sirios con destino a Grecia.

El único que sobrevivió de la familia Kurdi fue el padre, ya que tanto la madre como el hermano de cinco años de Aylan, murieron de la misma manera que éste.

Sin embargo, fue él el fotografiado por la reportera de la agencia Dogma, Nilifer Demir y el que se convirtió en símbolo para concienciar sobre la gran crisis humanitaria de los refugiados.

Los Kurdi habían huido de Kobane, ciudad asediada por el Estado Islámico, en busca de un nuevo asilo más seguro. Llevaban viviendo en Turquía tres años y habían intentado en vano trasladarse a la isla griega Kos en dos ocasiones. En unas declaraciones al diario Ottawa Citizen, la tía de Aylan, Teema Kurdi, confesó que la Oficina de Ciudadanía e Inmigración de Canadá rechazó la petición de asilo de sus parientes. Al parecer, Teema estaba intentando financiar su viaje a través de sus amigos y vecinos, que le ayudaron con los depósitos bancarios, e incluso se hizo cargo de los gastos del alquiler en Turquía, pero no consiguió sacarlos y por eso se subieron en un bote.

Días después de la tragedia, el propio padre del niño, Abdulá Kurdi, decidió relatar la historia a diferentes medios internacionales: “Después de alejarnos unos 500 metros de la costa, en el bote empezó a entrar agua y se nos mojaron los pies. A medida que aumentaba el agua, cundía el pánico. Algunos se pusieron de pie y el bote volcó. Yo sostenía a mi mujer de la mano pero las manos de mis dos hijos se escaparon de las mías” (*El País*, 4 de septiembre de 2015).

Esta noticia se enmarcaba en el contexto del drama de los refugiados que aún continúa y que deja historias similares de inmigrantes tratando de huir de países en guerra a través del Mar Mediterráneo. La opinión pública ya solicitaba entonces la intervención de la Unión

Europea ante lo que podría ser una de las crisis humanitarias más grandes del mundo contemporáneo.

4.2. La fotógrafa: Nilufer Demir, de Dogan News Agency.

Nilufer Demir es una reportera turca que trabaja desde hace 12 años en la agencia de



Nilufer Demir / Dogma News Agency

noticias Dogan , cubriendo la costa Egea de Turquía. La fotógrafa estaba de guardia haciendo un reportaje de la llegada de un grupo de paquistanís a Grecia cuando tomó la foto de Aylan.

Demir ha fotografiado a muchos refugiados muertos.

Sin embargo, aseguró a la

CNN turca que cuando vio al niño se quedó paralizada. Mientras las olas golpeaban su cuerpo sin vida y su rostro inerte, la fotógrafa pensó: “esta es la única forma en que puedo expresar el grito de su cuerpo silencioso”, y encendió su cámara y lo fotografió. “Ya no se podía hacer nada, excepto tomarle una fotografía...y eso es exactamente lo que hice” (CNN, 4 de septiembre de 2015)

No obstante, la reportera asegura que en esos momentos no pensó que pudiera llegar a tener tanta repercusión, aunque sí que le gustaría que esta imagen cambiara el rumbo de las cosas.

Su compañero, Osman Uras, fue el encargado de filmar las imágenes del niño tumbado sobre la orilla del mar y de un agente de la Gendarmería retirando el cadáver. El cámara relataba en la web de la agencia que se estaban produciendo muchas catástrofes, que convertían la noticia en un “problema internacional, porque Mugla se ha convertido en un punto de tránsito hacia Europa para los refugiados”.

Reuters distribuyó las imágenes a todos sus clientes en el mediodía del 2 de septiembre y prácticamente todas las cabeceras internacionales y nacionales se hicieron eco.

A pesar de que la foto de Aylan tumbado sin vida en la playa no ha sido galardonada como foto del año, no cabe duda de que impactó a mucha gente y de que, a pesar del debate que

suscitó, a día de hoy son muchos los fotógrafos y periodistas que se han pronunciado pidiendo su reconocimiento como World Press Photo.

4.3. El conflicto ético entre el interés público y el sensacionalismo en las redacciones de *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia*

4.3.1. Consejos de Redacción, reuniones y toma de decisiones

En los Consejos de Redacción los responsables del periódico toman decisiones correspondientes a la publicación de contenidos atendiendo a los criterios de noticiabilidad y a los principios éticos acordes a la línea editorial del medio.

A pesar de que todo medio de comunicación dispone de un órgano homólogo al Consejo de Redacción para llevar a cabo este tipo de decisiones, no todos lo denominan de la misma forma.

En el caso de *El Mundo* son tres reuniones a lo largo del día las que definen lo que se publicará por parte del medio. Silvia Román, Redactora Jefe de la Sección Internacional, cuenta que la “cúpula” del periódico se reúne con los jefes de sección. Los redactores no forman parte de estos encuentros. En la primera del día (a las 10:30) denominada “de previsiones”, se expone lo más importante de la jornada y, por lo tanto, lo que irá publicado tanto en la web como en el papel. “Contamos lo que hayamos ido dando y lo que vemos más importante” (Román, *El Mundo*). En la segunda reunión del día (a las 13:30) se deciden los editoriales que se publicarán y en la última y más importante (18:00) se dictamina cuál será la portada del periódico al día siguiente y es el director el que decide, en última instancia, qué tema se publicará y cuál tendrá mayor protagonismo.

En el caso de *La Vanguardia*, Joel Albarrán, Redactor Jefe de Información Web, reconoce no haber estado nunca en un Consejo de Redacción, lo cual resulta llamativo al tratarse de una persona determinante en la toma de decisiones en la redacción digital. Albarrán cuenta que en su medio ambas redacciones (papel y digital) están separadas y que, aunque en el papel sí que existe un Consejo de Redacción como tal, en la redacción online las decisiones se toman de manera espontánea a lo largo de dos momentos en el día. Estas situaciones no están fijadas de antemano, sino que depende del momento en que puedan coincidir los jefes de la web y de las secciones correspondientes, encargados de tomar la decisión.

“Desde la siete de la mañana hasta las once de la noche somos los que decidimos cómo hay que dar la noticia, si hay que dar una foto o no y si hay que dar relevancia a una información, hay otros momentos de la noche, de guardia o de fin de semana en los que los propios redactores tienen la autonomía para tomar este tipo de decisiones, pueden llamar o consultar y en caso de duda la instrucción que tenemos es ser prudentes” (Albarran, *La Vanguardia*).

En la versión impresa de *La Vanguardia* los redactores jefes de las secciones y la dirección del diario se reúnen dos veces al día en lo que coloquialmente denominan como “el aquelarre”. En la primera reunión cada redactor jefe expone al director los temas previstos para la edición impresa del día siguiente y el director se hace una composición de lugar de todo lo que se va a publicar. También decide el tratamiento que se dará a cada información.

En la segunda reunión por la tarde solo se reúne la dirección del diario y se decide solo y exclusivamente cual será la portada del día siguiente.

“El punto ético siempre está presente, no solamente en la portada sino también en el interior del diario. En la portada se mesura y se mide con lupa porque también es el editorial gráfico del diario. Es la imagen que queremos que el lector considere que tenemos” (Madueño, versión impresa de *La Vanguardia*).

En *El País* el procedimiento es similar aunque el proceso comienza antes. La noche anterior se crea una agenda y se encarga a los fotógrafos el trabajo del día siguiente. Durante el día se realiza una reunión a las nueve de la mañana en la que se plantean los temas de la jornada y cada jefe de sección cuenta cómo va a plantear el día. Los directores sacan conclusiones sobre qué tema tendrá prioridad en cada sección. “En el caso de que se den fotografías delicadas se habla directamente con el director, director adjunto o subdirectores” (Ruesga, *El País*).

Por otra parte, los entrevistados confirman que se mantiene la jerarquía en las redacciones de sus medios correspondientes a la hora de tomar decisiones. El Jefe de Fotografía de *El Mundo*, declara que “el que manda más es el que gana más dinero, esto no es una cosa

asamblearía. En nuestro periódico, afortunadamente, se escucha a todo el mundo pero hay una jerarquía y por eso decide el director” (García, *El Mundo*).

Situación similar se produce tanto en La Vanguardia como en El País. Aunque se escuchan los argumentos de los redactores que participan en los encuentros, el que toma la decisión final es el director. “Se tiene en cuenta pero al final lo que prevalece es la decisión del director. A veces ganaba yo a veces ganaba él” (Cancio, *El País*). “Evidentemente la última palabra la tiene el director pero no suele ser una persona tajante. O sea que sí que existe el diálogo y se escuchan todas las opiniones” (Ruesga, *El País*).

4.3.2 Noticiabilidad e interés público

A la hora de determinar el valor informativo de una noticia, los responsables de los medios analizados aseguran que se valora el interés público muy por encima del “interés del público” (Núñez Ladevéze, 1991). Se considera noticiable todo aquello que afecta a un importante número de personas y consecuentemente llega más a la gente que aquellos hechos meramente entretenidos pero insustanciales. Los responsables de *El País*, *El Mundo* y *La Vanguardia* son unánimes en su respuesta:

“Es una mezcla entre lo que interesa y lo que nosotros sabemos que es muy gordo. Política nacional internacional y economía son como las tres grandes patas” (Román, *El Mundo*).

“Lo importante es que haya detrás una historia con fondo y después en relación a las imágenes, que te ayude a conocer una historia que está pasando y que en muchos casos la gente ignorará pero gracias a esa imagen consigues que la gente se quede” (Albarran, *La Vanguardia*).

“Hay varios baremos para una foto. Desde complementar la noticia hasta la conjunción entre la calidad y el contenido. En este periódico la temática principal es la política nacional o internacional (...) Es muy difícil que la foto de portada de este periódico vaya desvinculada a la actualidad” (Ruesga, *El País*).

Los entrevistados también coinciden en que los temas que se publican en la web suelen ser más banales y en ocasiones buscan más el morbo que el papel, que suele ser más serio y riguroso, porque además su público es diferente. Es por esto por lo que se podría decir que en los contenidos digitales los criterios de noticiabilidad son diferentes y en ocasiones se “cae en la tiranía del click”. Así lo explica García Pozo (*El Mundo*):

“Si nosotros solo diésemos aquello que la gente demanda y lo que da clicks, con poner todos los días fotos con el culo de Kim Kardashian lo tienes hecho pero presumimos de ser un medio solvente y serio e intentamos hacer información y cribar aquellas cosas, lo fundamental de lo accesorio”. (García, *El Mundo*).

García del Pozo argumenta que la información de calidad también tiene interés para el público, siempre que se haga en el momento adecuado y que se combine con elementos más ligeros para no aburrir al lector. Así, el Jefe de Fotografía de *El Mundo* explica que siempre se tiene en cuenta lo que interesa al lector pero atendiendo unos criterios periodísticos. En la misma línea su compañera de redacción, Silvia Román, acepta que en la portada se publique información relevante y seria y que se complemente con otros temas menos “ásperos” y que hacen la portada más ligera y no tan dura. Sin embargo, contradice en cierta medida la tesis de su compañero al explicar que a sabiendas de que el tema de los refugiados no crea expectación, ellos continúan dándolo porque consideran que es un tema sobre el que la sociedad debe estar informada debido a que es una realidad sobre la que la opinión pública debería tener constancia en Europa. “En la web, que es donde podemos ver el número de visitantes, no interesa, pero nos da igual” (Román, *El Mundo*).

Según cuentan los entrevistados se priorizan los contenidos de relevancia que se identifican como serios y que tienen gran repercusión. No obstante, es evidente que en la web hay cabida para otro tipo de noticias. Para dar pie a estos temas *La Vanguardia* emplea una técnica que detalla su jefe de información web:

“Si tenemos una historia concreta que sabes que a la gente le interesará pero no deja de ser un caso puntual particular que no es noticia, nosotros lo que intentamos hacer es coger esa historia concreta para ver si hay una historia general. Aprovechamos la

historia concreta, que sabemos que nos ayudará a tener más visitas, para explicar una historia general” (Albarrán, edición digital de *La Vanguardia*).

4.3.3. El poder de la imagen

La fotografía periodística no es accesoria o al menos no suele serlo si trae consigo la firma de un fotoperiodista reputado. Estos se encargan de reflejar realidades y lo hacen a través de imágenes simbólicas, que suelen destacar por la fuerza icónica que las caracteriza. En ocasiones se pueden ver piezas en los medios de comunicación con fotografías que complementan a la noticia pero que no poseen información en sí mismas. Sin embargo, han sido muchos los fotoperiodistas que, a lo largo de la historia, han conseguido plasmar realidades impactantes o que como consecuencia de una de sus instantáneas han logrado revolucionar a toda la opinión pública de un país.

El poder de la imagen es incuestionable y así ha sido demostrado por muchos expertos de esta área temática. No obstante, continúan las dudas sobre si esta conmoción que pueden llegar a generar las fotografías es positiva, y hace reflexionar a los lectores, o por el contrario es negativa, e insensibiliza o crea una visión sesgada de la realidad.

Por tanto, el poder de la imagen y sus posibles consecuencias son elementos a tener en cuenta en el proceso de toma de decisiones de los medios de comunicación, ya que será necesario conocer el impacto que pueda llegar a tener una fotografía en sus lectores. A este respecto los profesionales entrevistados no tienen una posición común aunque se observa que todos han reflexionado en profundidad sobre esta cuestión que afecta directamente a su labor.

Carlos García (*El Mundo*) cita a Sontag y reconoce que a fuerza de ofrecer cada día actos terribles se insensibiliza al público que cada vez demanda más información de este tipo. Es por esto, por lo que él aconseja a sus redactores ser prudentes y evaluar con detenimiento todas aquellas fotografías que sean susceptibles de ser publicadas.

“Las fotografías que tengan una alta carga simbólica fundamentada en su registro por lo terrible que es hay que medirlo mucho y muy bien pero no puedes ocultar las

cosas que realmente son informativas. Eso hay que mostrarlo porque es la realidad de las cosas” (García, *El Mundo*).

Reconoce que todos los días llegan a la redacción fotografías impactantes como la de Aylan pero que es necesario tener en cuenta que reúna todos los ingredientes necesarios para que sea tan icónica y se convierta en un símbolo histórico de una protesta determinada. Así, justifica *El Mundo* el hecho de que no todos los días se informe sobre los refugiados con imágenes tan impactantes. No obstante, se considera necesaria su publicación, puesto que “luego se nos olvida” y las cifras de audiencia dejan entrever que los lectores necesitan imágenes de este tipo para despertar su sensibilidad y recordar la importancia del acontecimiento. “Ese drama es el que hay que mostrar, porque si no sería una censura. Existen fotografías que cambiaron la historia, en la medida que condicionaron la opinión pública hasta tal punto que el Gobierno de EEUU determinó que nadie diese una imagen de muerte” (García, *El Mundo*).²

A pesar de ser conscientes del efecto de insensibilización que pueden llegar a tener este tipo de fotografías, todos los entrevistados consideran que es importante seguir dándoles protagonismo. “Tenemos la piel mucho más dura a base de ver tantas imágenes pero no por eso hay que dejar de darlas” (Albarran, *La Vanguardia*).

Dos fotoperiodistas reputados como son García Pozo y Cancio consideran que de otra forma se estaría llevando a cabo una “política de ocultación de la realidad” (García, *El Mundo*), debido a que el trabajo del periodista conlleva ser “un notario que hace realidades” (Cancio, *El País*). No obstante, Cancio llega incluso a reconocer que los propios periodistas también se insensibilizan con este tipo de fotografías y en ocasiones se las deja de dar el protagonismo que deberían tener. “Una foto sensacional de los inmigrantes ocupa durante muchos días primera página, y ahora mismo hay días que vemos una foto a tres columnas en la página 17” (Cancio, *El País*).

² El veto norteamericano a las imágenes de víctimas se produjo durante la Guerra de Vietnam y porque el gobierno interpretaba que éstas podrían aminorar el apoyo popular a la guerra.

El actual jefe de fotografía de *El País* propone la violencia de género para ejemplificar el eterno debate que se tiene en la redacción del medio sobre si la publicación de este tipo de imágenes sirve para concienciar a la población o por el contrario tiene un efecto opuesto.

“Hay que publicarlo porque es una noticia y tiene una carga social pero yo no sé hasta qué punto sirve para erradicar la violencia de género porque las cifras...pero hay que publicarlo porque somos un periódico(...)yo te podría decir que se vulgariza y no crea el efecto que se pretende” (Ruesga, *El País*).

Sontag, también expone en ‘Sobre la fotografía’ la tesis de que tanta crueldad en las imágenes puede aumentar el miedo o el sentimiento de que todo lo que ocurre en el mundo es negativo. Para que esto no ocurra, los entrevistados reivindican la importancia de saber cuándo hay que dar la fotografía y cuando no.

Silvia Román argumenta que las noticias negativas forman parte de la realidad y de los criterios periodísticos y legitima su publicación, citando como máxima del periodismo la frase “Good news are not news” (las noticias buenas no son noticia).

4.3.4. Importancia de la ética en la toma de decisiones

A pesar de que los códigos Deontológicos de los medios reflejan un ideal ético teórico, lo cierto es que en la práctica las rutinas periodísticas obligan a los profesionales de la información a comportarse de forma diferente a los dictados deontológicos. La ambigüedad de estos manuales se evidencia en el momento en el que los profesionales de un medio actúan de manera diferente a lo que el código les dicta a pesar de que sus miembros reconocen tenerlo siempre presente.

A pesar de que la ética es un criterio a tener en cuenta en la toma de decisiones, muchas veces ésta se ve supeditada a las exigencias del público o a la prioridad que se otorga a la comercialización de la información. Tanto *El País* como *El Mundo* ofrecen una visión más respetuosa con sus manuales de estilo y aseguran que extreman el celo profesional cuando se debe tomar una decisión controvertida. Los trabajadores de la web de La Vanguardia reconocen que emplean diferentes estrategias para buscar el modo más legítimo de publicar una información. “Hay un plano teórico y un plano práctico más real”, explica el

Jefe de Información Web. Así, se “juega” con dar la fotografía dentro de la noticia o más abajo si se considera muy impactante para que “la gente que vaya a informarse sin querer saber los detalles de algo no se encuentre algo muy escabroso” (Albarrán, edición digital de *La Vanguardia*). No obstante, explica que el diario evita publicar imágenes morbosas “si la imagen es solo un detalle de un trozo de pierna o algo así no tiene valor, solo si es una imagen que contextualiza y explica mejor lo que ha pasado”.

Los trabajadores de la versión impresa cuentan que aunque no lo revisen cada día los redactores son conscientes de cuáles son los principios que marca el Estatuto de Redacción y “está en la jefatura de las secciones llevarlo a cabo” (Madueño, versión impresa de *La Vanguardia*).

En este sentido, se corrobora que los contenidos digitales suelen buscar más el morbo que los contenidos de la edición impresa, “en la web muchas veces metemos más de espectáculo para que sea más atractiva, pero son cosas que me parecen demasiado escandalosas o fuera de lugar, yo soy más partidaria de información seria” (Román, *El Mundo*).

No obstante, la Jefa de Internacional de *El Mundo* reconoce que no se suelen ofrecer fotografías que busquen la espectacularidad, sino que se busca un término medio que refleje la tragedia pero que no hiera y que respete a las víctimas.

En lo que a la edición en papel se refiere, *El Mundo* es cauteloso pero a la vez se entiende que el periodismo debe mostrar la realidad y dentro de ésta hay muchas desgracias que deben retratarse.

“En este tipo de cosas al final siempre vas a encontrar algún tipo de justificación para no publicar como las familias o el drama humano pero tú estás haciendo periodismo y en el periodismo, por suerte o por desgracia, tienes que mostrar las cosas. No digo yo que te tengas que ensañar pero lo tienes que mostrar porque la vida es eso” (García, *El Mundo*).

El Jefe de Fotografía de *El Mundo* reconoce haber estado en desacuerdo con una decisión tomada por el anterior director del medio, David Jimenez, por tratar de atender a la ética y ajustarse a lo que marcan los Códigos Deontológicos. García reconoce que mostró su rechazo a la decisión de recortar una fotografía en la que se veía un cadáver en el terremoto de Lorca. “Se cortó la parte en la que aparecía el cadáver y al día siguiente le dijimos al

director que había sido una equivocación” (García, *El Mundo*). Así, considera que se hizo mal en publicar la foto recortada, puesto que “por mucho que moleste ver una imagen tan dura, esa debería haber sido publicada”, explica.

Los entrevistados coinciden en que se tiene que actuar con diligencia y moral pero que no se debe ocultar la realidad, por muy trágica que sea. “No puedes negarlo, aunque tampoco puedes buscar el morbo”, explicaba Cancio que en *El País* nunca se ha dado un primer plano de un muerto, ya que se trataba de buscar otra fotografía con la misma carga simbólica y que también reflejase la tortura sin necesidad de dar la más escabrosa. No obstante, Cancio considera que “un periodista no se puede poner límites, ha de hacer lo que tiene que hacer, ya habrá censores que le limiten”.

Esta frase contradice en cierta manera la función de los Códigos Deontológicos, que suponen precisamente una autorregulación por parte del periodista para, en muchas ocasiones, no tener que verse limitados por agentes externos. En cuanto a la utilidad los códigos, se podría considerar que son un referente del ideal de periodismo pero su aplicación es menor que lo deseable en la práctica del día a día:

“A veces en la práctica tenemos que ser un poco más flexibles y valorar una última hora” (Albarrán, edición digital de *La Vanguardia*).

Otros periodistas, sin embargo, consideran que la utilidad del Código Deontológico depende de la moral del propio periodista: “Al final el Código Deontológico es la moral que tienes tú, los valores que hay que seguir. Trabajamos con mercancía muy delicada y la ética siempre está encima de la mesa” (Román, *El Mundo*).

4.3.5. Fuentes de información y competencia

Además de los contenidos de elaboración propia, los medios de comunicación introducen muy a menudo materiales de agenda o informaciones recogidas de fuentes como blogs, redes sociales, etc.

Si bien es verdad que gracias a estas dos fuentes se amplía el caudal de información y los medios tienen a su alcance lo más relevante de forma inmediata, también se homogenizan los contenidos. Este fenómeno no solo atenta contra el necesario pluralismo informativo, sino que además fomenta la competencia negativa:

“En los atentados de París o del aeropuerto de Bruselas las primeras imágenes que salían eran de Twitter, verificamos que eran buenas, pero no sabíamos si había derechos. Pero ves que al cabo de tres minutos ya las está dando tu competencia y claro, eso sí que nos presiona(...) Yo creo que nosotros no somos de los primeros en lanzarnos pero sí que es verdad que cuando ves que todo el mundo lo está dando tú piensas que no vas a ser el único que no lo da” (Albarrán, versión digital de *La Vanguardia*).

“Si no lo hago yo lo hace otro y al día siguiente si el director la ve publicada en otro sitio...(..)La competencia es importantísima en todo (...)hay veces que no es buena y te sale amarilla, tienes que huir de esa competencia que no te va a interesar y no va a competir contigo nunca. Mi periódico nunca va a competir con periódicos amarillos” (Cancio, *El País*).

Ruesga, actual jefe de fotografía de *El País*, discrepa con la opinión de Cancio sobre la competencia. Considera que *El País* toma sus decisiones de forma independiente respecto de la previsión de lo que lo haga la competencia: “lo que se intenta es precisamente que estén pendiente de nosotros, no al revés (...) Nosotros tenemos nuestro propio criterio y nunca una decisión va a ir marcada por lo que haga la competencia. Nosotros tenemos nuestros propios criterios y tomamos nuestras propias decisiones” (Ruesga, *El País*).

Los profesionales de *El Mundo*, tampoco consideran a la competencia como un factor importante a tener en cuenta en sus decisiones editoriales. A pesar de que reconocen consultar las páginas webs de otros medios, no consideran que esto les afecte en su trabajo, puesto que lo que realmente les influye es la opinión del de los periodistas y reporteros de la sección, de los corresponsales que se encarguen del tema o del propio director. Sin embargo, sí que consideran que las fuentes de información son a menudo las mismas para todos los medios y que esto se debe a una falta de recursos ocasionada por la escasez de presupuesto de los medios. “En las portadas de los periódicos todo el mundo lleva la misma foto pero es que no es viable económicamente para ningún medio tener un fotógrafo en todos los conflictos del mundo” (García, *El Mundo*).

4.4. El tratamiento informativo del caso de Aylan Kurdi en El País, El Mundo y La Vanguardia.

EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL

Frente común para impedir la reforma del Constitucional
La oposición recurre contra el trámite de la propuesta del Gobierno

Una imagen que estrema la conciencia de Europa
Ante la escasa respuesta oficial a la llegada de refugiados, la foto del cadáver de un niño simboliza la dimensión de la tragedia

Mas acaba la investigación del 3% a una conspiración

El PP irá a juicio por su caso 3

Con el CEF... tu currículum llega más lejos

Sin armas contra el Internet dañino

EL MUNDO
EL MUNDO DE LA CULTURA Y LA OPINIÓN

La fundación de CDC lograba 3.200€ diarios en donaciones
La organización tenía el porcentaje más alto de donativos de toda España. 72 millones en años

Se acabó el verano: 333.107 despedidos en un día

ACCIONISTA-PREFERENTISTA
¿Todavía no has recuperado tu dinero?

CONTACTA CON NOSOTROS (PODEMOS AYUDARTE!)

Barcelonista

LA VANGUARDIA
PERIÓDICO DE LA CULTURA Y LA OPINIÓN

Mas califica de "montaje" del Estado el registro en CDC
ERC suscribe la tesis del presidente. Si el Gobierno hubiera dialogado, no criticado por el resto de la oposición. Habría elecciones, asegura

Recelos del TC ante la reforma del tribunal que quiere el PP
Un sector de la institución cree que la reforma puede ser inconstitucional

La concesión del fidei de El Pärt pide 304 millones públicos
El Pärt, con un 50% de financiación, exige resaca a la figura y Francia

"La que está llegando es la clase media siria: músicos, maestros, ingenieros..."
El drama de la isla de Kos comenzo por la Cruz Roja de Catalunya

Tal y como se puede ver en estas portadas, tanto *El Mundo*, como *El País* y *La Vanguardia* decidieron publicar al menos una foto del Aylan Kurdi en primera plana. Los tres medios impresos generalistas más leídos a nivel nacional no dudaron en hacer pública la historia. No obstante, ya en las portadas se pueden ver diferencias en la importancia que éstos quisieron dar a la fotografía.

El Mundo fue el único medio que apostó por la que ha sido considerada la verdadera e impactante fotografía de Aylan. En esta fotografía se ve al niño sin vida, tumbado en la playa, tras ser arrastrado por el mar hasta la orilla y un agente de la gendarmería turca le observa. Es en la única imagen en la que se podía ver el rostro del niño, aunque cabe destacar que *El Mundo* decidió pixelarlo. Tanto *El Mundo* como *La Vanguardia* optaban por fotografías grandes (*El Mundo* a cinco columnas y *La Vanguardia* a cuatro) pero priorizaban ofrecer titular a otras informaciones.

Sin embargo, *El País* y *La Vanguardia* actuaron de forma diferente. Sin duda el protagonismo de su portada se la lleva la historia del niño, pero en la fotografía escogida por éstos solo se puede ver las piernas y los zapatos de Aylan, mientras era trasladado por el guardacostas. *El País* optaba por una fotografía de tamaño medio (a dos columnas), junto a un titular que se ajustaba al tamaño de ésta y que decía: “Una imagen estremece la conciencia de Europa”.

Cabe destacar que *La Vanguardia*, a pesar de no publicar la foto en la que se ve al niño tumbado en la playa en la portada del papel, sí lo hizo en su interior y días posteriores se publicaron noticias en su página web con dicha fotografía e incluso con el rostro del niño al descubierto.

A raíz de la publicación de la fotografía de Aylan, el tema de los refugiados continuó hasta el día 19 de septiembre con gran protagonismo en las portadas de *El País*. No obstante, esa tendencia está en sintonía con la atención dedicada a la tragedia de los refugiados en la semana previa a la muerte del niño, un periodo en el que la primera también estuvo ocupada por imágenes y titulares relacionados con la crisis migratoria. *El País* alertaba días antes de la problemática que suponía dicha crisis y señalaba a Merkel como principal protagonista relacionada con el tema. La publicación de la fotografía de Aylan fue la ejemplificación del caos migratorio en el Mediterráneo que se llevaba días explicando. A continuación se siguió dando importancia a estas noticias pero con un tono más reivindicativo y que informaba sobre la respuesta de los países de Europa, destacando Grecia y Alemania.

LA CRISIS MIGRATORIA

Merkel alerta de que peligra la libre circulación en Europa

Francia y Alemania quieren un reparto equitativo obligatorio de refugiados Los países del Este rechazan participar en el sistema de cuotas que impulsa Bruselas España resiste las presiones de sus socios para acoger a cerca de 6.000 asilados

L. DONCEL / C. YÁRNOZ
Berlín / París
La canciller alemana, Angela Merkel, pidió ayer a la UE un reparto justo de refugiados. “Si no logramos una distribución equitativa, muchos volverán a cuestionarse Schengen”, dijo, en referen-

cia al acuerdo que regula la libre circulación de personas en 26 países. A Alemania la apoya Francia, cuyo primer ministro, Manuel Valls, pidió a sus socios europeos “responsabilidad” en una visita al puerto de Calais, zona de paso para inmigrantes que buscan cru-

zar a Reino Unido. El bloque del Este rechaza firmemente el intento de abordar juntos este desafío. Polonia, Hungría, República Checa y Eslovaquia escenificarán esa negativa con una reunión de primeros ministros a finales de esta semana. El Gobierno de Mariano

Rajoy resiste las presiones de Alemania para que acoja a 5.849 refugiados y no los 2.749 que España pretende. La vicepresidenta, Soraya Sáenz de Santamaría, dijo que España “ya hace un esfuerzo muy grande”.

PÁGINAS 3, 4 Y 17
EDITORIAL EN LA PÁGINA 12

El periódico *El Mundo* siguió la misma línea que *El País* y continuó dando protagonismo al tema de los refugiados en sus portadas hasta el día 17 de septiembre. De la misma forma, si analizamos los diarios anteriores al día 3 de septiembre, también se hizo una cobertura similar a *El País* en lo que al tema de los refugiados se refiere, señalándolo como un problema de toda la comunidad europea.

La Vanguardia, sin embargo no dio importancia al tema de los refugiados en primera plana los días posteriores, aunque al tratarse de un diario catalán hay que tener en cuenta comenzó a cobrar protagonismo la Diada y la vía catalana, celebrada en Barcelona el día 11 de septiembre.

Cabe destacar, no obstante, la portada que hizo pública *La Vanguardia* el día 4 de septiembre, tras la repercusión de la foto de Aylan. La cabecera decidió dar protagonismo al pequeño y a su hermano, Galip, con una foto más íntima de ambos, días antes de morir,

Éxodo imparable

► La UE pedirá a los estados que reciban a 120.000 refugiados más
► Hungría desvía trenes por sorpresa a centros de acogida para exiliados

INTERNACIONAL 3 A 7 Y EDITORIAL



Aylan y Galip Kurdi, de tres y cinco años

La odisea con final trágico de Aylan y Galip

● El niño cuya foto golpea Europa y su hermano vivieron un terrible periplo de dos años

y sonriendo en su hogar. Junto a la imagen se puede leer un título contundente y muy llamativo : “Éxodo imparable” , al que le acompaña el titular “La odisea con final trágico de Aylan y Galip”.

4.4.1 Conflicto ético-informativo en la publicación de la imagen de Aylan.

La fotografía de Aylan suscitó un gran debate en las redacciones de los periódicos más importantes del país. A pesar de que todos actuaron en la misma línea y justificaron la publicación de la imagen con motivos similares, la forma de actuar en cada medio distó en varios aspectos.

En el caso de *El Mundo* el jefe de fotografía del periódico asegura que en cuanto vio la foto en miniatura en la base de datos de la que disponen para obtener material de las agencias se dio cuenta de que era una fotografía especial. “Entre todas las fotos de refugiados que habían llegado esa tenía algo especial (...) ves al niño derrumbado en la

arena, metido por la ola, con el policía que había al lado...te das cuenta de que es una fotografía absolutamente brutal” (García, *El Mundo*).

En seguida decidió imprimir la fotografía y enseñársela al director para que éste le diese su beneplácito de incluirla en diario y empezar a preparar su publicación en la web en ese mismo momento y en papel para el día siguiente. “La decisión se tomó de forma automática: hay que publicarla y hay que publicarla bien, alguien tiene que hacer una historia sobre esta fotografía” – explica Carlos García Pozo la contestación de su entonces director, David Jimenez.

El Mundo decidió en la reunión de portada que se publicaría la imagen en la que se ve a Aylan tumbado en la playa con el rostro al descubierto.

“Nosotros no estamos para dulcificar la realidad, tampoco para subrayar lo más trágico de la realidad ni caer en el sensacionalismo, pero estamos para contar lo que ocurre y lo que ocurre es eso” (Gómez, *El Mundo*).

No obstante, se decidió pixelarle la cara, puesto que los medios de comunicación poseen la consigna de la Fiscalía de Menores para llevar a cabo estas publicaciones, siempre que sea con unas mínimas cautelas como es ocultar la cara al menor. “A mi no me vale con que la madre o el padre me den permiso, eso no te vale para nada, eso es papel mojado. La única solución es que la Fiscalía de menores te de una autorización expresa para utilizar esa fotografía dentro de un contexto” (García, *El Mundo*). Sin embargo, el jefe de sección asegura que no pueden consultar en cada ocasión a dicho organismo, por lo que deciden pixelar y así protegerse de cualquier acción ilícita.

La jefa de internacional cuenta que, Miguel Hurtada, el enviado especial de *El Mundo* en Turquía, en seguida comenzó a contactar con diversas fuentes para obtener la información contrastada y de primera mano sobre el caso. Reconoce también que consideraron adecuado “poner nombre y apellidos a la tragedia” porque “te aproxima más” a las víctimas.

Los entrevistados del medio aseguran que la decisión sobre la publicación de la imagen no fue sencilla, sino que generó un debate muy grande porque se trataba de una imagen con mucha carga simbólica y muy fuerte por lo que reflejaba. Aseguran que se plantearon hasta qué punto era excesivo o necesario mostrara al niño para que la denuncia llegara. “Si no lo

sacas quizás no consigues que la gente llegue a entender el drama que está suponiendo lo de los refugiados”. (Román, *El Mundo*).

“La fotografía de Aylan *El País* no la dio. No dio la foto de Aylan, que es la que es. Lo demás son películas. La foto de Aylan es la que se le ve muerto en el suelo (...) La otra no te contaba la historia, te lo contaba si sabías la anterior pero esa fotografía no funcionaba si no existía la otra” (García, *El Mundo*).

No obstante, en *El País* aseguran que tuvieron el mismo debate y que finalmente se decidió publicar la fotografía que se consideraba que vulneraba en menor medida la intimidad del niño, puesto que siempre se preocupan de “respetar, tanto la sensibilidad del lector, como la identidad de las personas” (Ruesga, *El País*).

El jefe de fotografía explica que se trató de buscar otro tipo de fotografías que contaran lo mismo pero que salvaguardan la identidad y la sensibilidad. Así, considera que el hecho de que se publicara la del agente con el niño, sin que se viera el rostro del menor, es claro ejemplo de cómo intentan proteger la privacidad de las personas y de “que importa poco lo que publiquen los demás”, puesto que su decisión editorial fue diferente a muchos otros diarios generalistas del país.

“El significado de la imagen es exactamente el mismo porque tú estás contando lo mismo. Evidentemente es menos impactante pero ahí es donde entra el debate de cada medio” (Ruesga, *El País*).

En el caso de *La Vanguardia* podemos destacar una particularidad totalmente inesperada en la toma de decisiones del medio. Tal y como explican los entrevistados, la web de *La Vanguardia* y su edición impresa actúan de forma totalmente independiente, razón por la cual en la versión impresa decidieron dar la fotografía con el gendarme de la policía turca en portada y no ofrecer ninguna imagen con el rostro al descubierto del menor ni siquiera en el interior, mientras que en la web llegó a publicarse la foto de Aylan, incluso con el rostro del niño sin pixelar. Esta forma tan contradictoria de actuar en el medio resulta muy llamativa, puesto que a pesar de que la línea editorial de *La Vanguardia* ofrezca unas directrices para sus profesionales, la diferencia entre la imagen pública que ofrecen las dos versiones es muy notable.

El jefe de fotografía y director adjunto de la edición impresa de La Vanguardia, Pedro Madueño, asegura que desde el primer momento tuvieron claro que había que preservar al identidad del niño aún siendo una foto impactante. Madueño cuenta que fue el encargado de llevar varias fotografías, con distintos planos, al “aquelarre” para que fuesen discutidas con el resto de directores.

“Había varias fotos donde escoger y finalmente se decidió publicar la imagen que publicamos, que era la del guardia aquél con Aylan en brazos. (...) Entre estas imágenes posibles no estuvo en ningún caso ninguna imagen en la que se viera el rostro del niño. Eso es algo que tuvimos claro” (Madueño, edición impresa *La Vanguardia*).

En la redacción del papel no hubo ninguna voz discordante, ya que todos estuvieron de acuerdo en preservar a toda costa la intimidad de Aylan. Sin embargo, la forma de operar de la redacción digital fue muy diferente:

“Algunos éramos partidarios de darla de buenas a primeras en portada y otros de darla pero no como primera imagen para que la gente que entre en la web de La Vanguardia no se encuentre ahí con el niño muerto. Luego cuando ya vimos todo lo que generaba la empezamos a dar en portada” (Albarrán, edición digital *La Vanguardia*).

En el caso de la redacción digital, también se sometió a debate la fotografía de Aylan, tras ser recibida a través de agencias, pero se decidió publicarla de forma más espontánea sin ningún tipo de reunión de por medio. Todos decidieron que era una fotografía “espectacular” y que había que darla. No obstante, el director pidió al resto de redactores jefe prudencia. “Nos dijo: oye vale, esto es un fotón pero vayamos con cuidado porque es sensible, los niños muertos sobre la arena”. Por esto decidieron no darlo en la portada de la web durante el primer día pero posteriormente se pueden ver en otras piezas online la fotografía con el rostro del niño al descubierto. “Creo que la dimos durante bastantes días pixelada. Seguro que algún día se nos coló sin pixelar” (Albarrán, edición digital *La Vanguardia*).

El jefe de información web reconoce que en un principio no tenían mucha información sobre la historia y que su redactora de internacional intentó contactar con la isla pero no obtuvo mucho resultado, por lo que terminaron por publicar lo que recogía el medio local. “Era la historia que llevábamos días contando pero concretada en ese niño y en esa imagen(...)Era una imagen que no se podía esconder, que el mundo vería y que el mundo tenía que ver” (Albarrán, edición digital *La Vanguardia*).

4.4.2 Repercusión de la fotografía en los lectores y en la opinión pública

Como suele ocurrir con las fotografías impactantes y cuya publicación es resultado de un gran debate en las redacciones de los medios de comunicación, la imagen de Aylan Kurdi tumbado muerto en la playa, causó reacciones de todo tipo por parte de los lectores y de la opinión pública.

El debate en las redes como siempre fue muy extenso, por lo que algunos de los diarios entrevistados leyeron estas críticas y no dudaron en contestar para dar una explicación a la publicación de la imagen.

En *El Mundo* reconocen que la imagen tuvo un “impacto brutal”. La sociedad, o bien se conmocionó, o bien comenzó automáticamente a través de las redes sociales a criticar que no había necesidad en dar una foto tan dura. El debate ético-informativo se encontraba en su momento álgido tras la publicación. *El Mundo*, no obstante, tuvo clara su postura en todo momento. El jefe de fotografía, tras leer las críticas de los lectores, consideró que precisamente lo no ético habría sido no publicar dicha imagen:

“Nosotros no estamos aquí para ponernos vendas, sino para mostrarlo. Otra cosa es que las personas que van a los kioscos les pueda resultar violento pero es que la vida es así, las guerras son así, la miseria es así y el drama de los refugiados es ese(...) si luego las personas quieren mirar para otro lado ese es su problema, pero nosotros estamos en la obligación ética de tener que mostrar esa realidad por muy dura que sea y publicarlo, no de forma gratuita.” (García, *El Mundo*).

Cabe destacar que *El Mundo*, al igual que muchos otros medios, decidió justificar y mostrar los criterios que sus trabajadores tuvieron en cuenta a la hora de tomar la decisión

de publicar la fotografía. El medio lo hizo a través de un vídeo, que fue emitido en directo, en el que se ve a todos los jefes de sección y al entonces director debatir en una reunión sobre la publicación de la fotografía. Más tarde el periódico publicó el vídeo en su página web, junto al titular: “Publicar o no la foto de Aylan, un debate compartido”. El vídeo supuso un ejercicio de transparencia en el que *El Mundo* quiso explicar a sus lectores el porqué de esa decisión editorial. Se puede ver en estas imágenes como el director del medio opta por la fotografía de Aylan muerto en la playa y explica que le ha provocado un escalofrío y que es la imagen que realmente refleja el drama. En esta misma reunión el jefe de fotografía, al que se ha entrevistado, argumenta que solo esa fotografía refleja lo que realmente es la guerra y expone en la reunión que cree que tienen la obligación como medio de darla. Reconoce además que él no la concibe como una foto escabrosa, sino dura. “Hacía mucho tiempo que no había una imagen tan dura. Y cuando digo dura no lo digo porque sea explícita, sino porque es violenta, es una violencia emocional” (García, *El Mundo*).

“Supongo que todos nosotros y cualquier lector lo que querría es no volver a encontrarse una foto así y para poder frenar eso, para sensibilizar y llegar donde hay que llegar, la gente tiene que tomar conciencia de lo grave que es la situación y lo grave que es la situación lo representa esta imagen” (Gómez, *El Mundo*).

Los representantes de la redacción presentes en la reunión tenían una opinión unánime en torno a la publicación de la fotografía y la difusión del vídeo fue la respuesta editorial a los comentarios negativos hacia el medio, tachándolo de sensacionalista. García Pozo responde más tajante en la entrevista:

“Estamos acostumbrados a una sociedad que, desde la Primera Guerra del Golfo, donde se impedía acceder a los fotoperiodistas, pensamos que las guerras simplemente son imágenes en blanco y negro sacadas desde la cámara del misil donde algo lejano explota y es como un videojuego, no ocurre nada. La gente no se mueve, es algo abstracto. Pues no, perdona, si ha habido una explosión en esa explosión han muerto X personas y ese drama es el que hay que mostrar” (García, *El Mundo*).

En *La Vanguardia* aseguran haber recibido críticas tras la publicación de la misma imagen en la web pero su forma de actuar distó mucho de la iniciativa de *El Mundo*.

Toni Rubies, uno de los encargados de la sección ‘participación’ de la web cuenta que siempre que se publican fotos sensibles a las emociones de la gente se tiende a cuestionar si los medios han hecho bien en publicar la foto, su idoneidad de haberla publicado.

Los lectores dejaron muchos comentarios en las redes sociales y la decisión de *La Vanguardia* fue contestar a algunos. Aunque reconocen que normalmente no se hace, consideraron que este caso requería una dimensión extraordinaria. “En este caso había muchos comentarios negativos, era una pequeña crisis” (Rubies, versión digital de *La Vanguardia*). No obstante, los redactores de *La Vanguardia* consideran importante publicar esta fotografía y no otra porque creían que solo esta despertaría la sensibilidad de las personas y crearía el impacto que se pretendía.

“Nosotros lo que intentábamos explicar de alguna manera era que, si bien a nivel informativo no era estrictamente necesario, sí lo es para concienciar de la gravedad de los hechos que se están produciendo y del alcance que tiene esta situación crítica (...) entiendo que periodísticamente la publicamos porque creíamos que era relevante pero muchos lectores no lo percibieron así” (Rubies, versión digital de *La Vanguardia*).

Además de contestar a comentarios, *La Vanguardia* publicó en su web un artículo de opinión firmado por el redactor Albert LLadó, en el que éste explicaba por qué era necesaria la fotografía de Aylan Kurdi. En el texto la compara con otras fotografías icónicas e históricas como la de la niña de Nepal en la Guerra de Vietnam.

No obstante, la repercusión no se puede resumir en el impacto que tuvo la fotografía solamente en los lectores. *La Vanguardia* consideró acertada su publicación puesto que “a raíz de la foto hubo debates en los gobiernos de Europa porque hasta entonces nadie en Europa hacía caso. Hubo un debate incluso en los gobiernos. Esta imagen conmovió a los gobernantes y se tomó conciencia en toda Europa” (Madueño, *La Vanguardia*).

En *El País* conceden menos atención a las críticas recibidas. Reconocen que hubo debate en las redes pero que “hay críticas siempre que hay muertos” y “estas fotografías siempre conllevan divergencias de opiniones”. *El País* se mostró contundente en su decisión y consideró acertada la publicación de la imagen con el agente que tapaba al niño y no dio ninguna explicación al respecto sobre su publicación. No obstante, Mario Vargas Llosa publicó días después un artículo de opinión titulado ‘Niño muerto en la playa’, en el que escribe sobre la necesaria conciencia pública que ha de ocasionar esta imagen con respecto al drama de los refugiados.

“La fotografía de Aylan Kurdi, un niño sirio de tres años muerto en una playa de Turquía cuando con su familia trataba de emigrar a Europa, conmovió al mundo entero. Y sirvió para que varios países europeos ampliaran su cuota de refugiados —no todos, desde luego— y la opinión pública internacional tomara conciencia de la magnitud del problema que representan los cientos de miles, acaso millones, de familias que tratan de escapar del África y de Medio Oriente hacia el mundo occidental donde, creen, encontrarán trabajo, seguridad y, en pocas palabras, la vida digna y decente que sus países no pueden darles” (Vargas Llosa, *El País*).

4.4.3 El tratamiento informativo de los inmigrantes

La proximidad es considerada como uno de los criterios de noticiabilidad a tener en cuenta en los medios de comunicación. El interés de los lectores de un medio será mayor si se trata de una información próxima a ellos y les impactará más si se identifican con los protagonistas de la noticia.

Por la misma razón por la que impactan más las noticias cercanas, también se tiene más empatía en el momento de hacer pública alguna información controvertida o imágenes que reflejan a personas geográficamente próximas en situaciones delicadas, puesto que se analiza con más cuidado la información antes de hacerla pública. Esto genera un trato desigual en las redacciones de los medios de comunicación a los inmigrantes, ya que al verlo más lejanos y no identificarse con ellos se extrema menos el celo profesional a la hora de decidir si hacer público algún documento que pueda vulnerar su derecho al honor, intimidad o propia imagen.

En el caso de Aylan, *El Mundo* consideró un importante factor a tener en cuenta que éste tuviera rasgos muy occidentalizados. Si el objetivo que se perseguía era concienciar a la

sociedad sobre el drama de los refugiados, el impacto y la consecuente concienciación resultaría mayor si se producía un proceso de identificación, una vinculación emocional:

“Nos identificamos con la foto de Aylan porque vemos un niño como nuestro hijo y si el niño fuese negro no lo veríamos igual y el que diga lo contrario miente. En un periódico de Senegal ocurrirá lo contrario, eso es así, porque tú te identificas”.
(García, *El Mundo*).

La ropa que vestía los rasgos de Aylan hacían que la sociedad española se identificara con él de manera automática. Varios profesionales entrevistados consideran que éste fue un aspecto fundamental que favoreció la publicación de la fotografía, puesto que su impacto sería aún mayor y la sociedad se concienciaría sobre el drama.

En la reunión de *El Mundo* que fue filmada en vídeo y retransmitida en la página web del medio, se puede ver como Ricardo Sánchez, director de arte de El Mundo, destaca como motivo añadido para la publicación de la fotografía que “podría ser hijo de cualquiera porque no está disfrazado de ninguna etnia rara. Es un niño con unos *shorts*, una camiseta, un niño moreno, que podría ser el hijo de cualquiera, de cualquier europeo” (Sánchez, *El Mundo*).

De la misma forma, los entrevistados de El Mundo reconocen que existe un trato injusto y desigual hacia los inmigrantes en las redacciones de los medios de comunicación, fruto del mismo proceso de identificación. En este caso no se da de la misma forma, ya que el hecho de sentirlo lejano hace que el propio redactor inconscientemente se muestre menos sensible ante la situación y no tenga tanto reparo en publicar cualquier tipo de fotografía controvertida que quizás no se daría si el protagonista fuese occidental y más próximo geográficamente. “No vale lo mismo 100 africanos que 100 en París. Lo hemos visto. Eso está clarísimo. Es triste pero es así” (Román, *El Mundo*).

El jefe de fotografía del medio explica que no cree que consista en un trato desigual y pone como ejemplo que hace un tiempo no publicaron una imagen terrible que era de unos subsaharianos, cuya barcaza se estaba hundiendo. No obstante, reconoce que existe un instintivo e inevitable proceso de identificación.

En *La Vanguardia* existen dos versiones diferentes. Al trabajar de forma totalmente independiente el jefe de fotografía del papel asegura que no se tuvo en cuenta la nacionalidad o raza del niño:

“Lógicamente la proximidad de la imagen hacer que tú la hagas más tuya y que identifiques ese niño como tu niño o con algún vecino pero esto es algo que no tuvimos en cuenta. Yo creo que si el niño hubiera sido nigeriano o marroquí o de cualquier otra nacionalidad la imagen era tan potente que ni se hubiera comentado” (Madueño, edición impresa *La Vanguardia*).

Por el contrario, en la web se vio de forma diferente. El hecho de que el niño tuviera rasgos muy occidentalizados favoreció la publicación de la imagen porque aseguran que la gente se identificó en seguida con el niño por esta razón. Además de reconocer que se da el proceso de identificación, se reconoce que existe un injusto trato desigual a los inmigrantes en este tipo de casos.

“Nos es más fácil publicar una foto de una masacre en un mercado de Bagdad porque ya inconscientemente vemos esa imagen y sabemos que aquello es en Bagdad y nos patina más. En cambio, a lo que identificamos más con nuestro mundo, lo sentimos más nuestro. Y en el caso del niño pues es totalmente el niño que está en el parque de al lado de tu casa” (Albarrán, edición digital *La Vanguardia*).

En *El País* contestan de forma rotunda y aseguran que el hecho de que el niño tuviera rasgos occidentalizados no fue un motivo que facilitara la publicación. Consideran que lo que ocasionó realmente la publicación fue que se trataba de la primera fotografía de los refugiados en la que había un niño muerto en la plata. “Cuanto más cercano es lo que ves, más te llega, pero bueno esa pregunta la haces tú en Nigeria y te lo dirían al revés” (*Ruesga, El País*).

No obstante, sí se reconoce que el subconsciente del periodista crea un hábito de ver más fotografías de inmigrantes y por tanto tener menos en cuenta la intimidad o dignidad de estas personas cuando se publica algo comprometido para estas personas.

5. CONCLUSIONES

1. La función principal del periodismo es informar, razón por la cual los profesionales de los medios de comunicación entienden que no se puede llevar a cabo una política

de ocultación a pesar de la dureza de la noticia que se tenga que ofrecer, por eso las decisiones editoriales de los medios suelen fallar a favor de la publicación de información y rechazan toda autocensura.

2. A pesar de que la ética está presente en el día a día de los medios de comunicación, los Códigos Deontológicos son papel mojado si el periodista no lleva interiorizada una moral que le lleve a actuar correctamente.
3. Los periodistas tienen especial compromiso con el derecho de los ciudadanos a mantenerse informados y priorizan éste por encima de cualquier otro principio.
4. La legislación española es estricta en lo que a temas de infancia se refiere, aunque su ambigüedad permite en cierta medida la vulneración de los derechos de los niños, puesto que todo está justificado bajo el pretexto de la relevancia pública.
5. Las redacciones digitales tienden a supeditarse a la “tiranía del click”, debido al conocimiento instantáneo que tienen los trabajadores sobre las visitas a las diferentes noticias de la web. El interés del público, acorde a las visitas, es diferente al interés público, ya que éste último lo marca la actualidad y suele estar relacionado con la política nacional e internacional. También lo determina el número de personas al que pueda influir una noticia. Sin embargo, el interés del público es diferente y satisfacerlo en ocasiones puede derivar en sensacionalismo o en la publicación de informaciones banales o amarillistas. Es por esto por lo que los periodistas tienen en cuenta los intereses del público como un factor influyente en la toma de decisiones sobre lo que se publica pero no es un principio determinante, puesto que en muchas ocasiones lo que entretiene al público no es serio ni ético darlo.
6. No todos los medios consideran la competencia como un factor importante a tener en cuenta, aunque varios periodistas reconocen que influye en la toma de decisiones.
7. Se respeta la jerarquía en la toma de decisiones de los medios de comunicación aunque se tiene en cuenta la opinión de todos los profesionales que forman parte del periódico.
8. El proceso de identificación con lo que se considera próximo hace que los medios de comunicación tiendan a ser más sensibles con las informaciones de personas cercanas, por eso resulta más frecuente ver imágenes escabrosas de extranjeros que de europeos en los medios de comunicación española.

9. La razón por la que los diarios no publican cada día fotografías dramáticas radica en la desensibilización que puede causar en los lectores frente a crisis como la de los refugiados.
10. El motivo principal que suscitó la publicación de la imagen de Aylan Kurdi fue el deseo de los medios de concienciar a la opinión pública sobre el drama de los refugiados. A pesar de que las cabeceras analizadas incorporaron la noticia del niño sirio, no todas decidieron publicar la misma imagen debido a sus diferentes criterios éticos y consecuentes decisiones editoriales.
11. Ningún medio de los analizados publicó la fotografía del niño con el rostro al descubierto sin pixelar el 3 de septiembre. No obstante, en días posteriores *La Vanguardia* no siguió este mismo proceso ni en la web ni en la portada del papel, dónde difundió imágenes del pequeño y su hermano también fallecido.
12. La publicación de la imagen trajo consigo un gran debate en las redes sociales sobre la idoneidad de la correspondiente decisión de los medios. La respuesta a este debate por parte de los medios fue diferente en los tres medios analizados pero hubo *feedback* por parte de los tres.

6. BIBLIOGRAFÍA

- ANDRÉS DE CORES, C. y MANUEL CAL, J. (2007): “Concepto de interés público y su incidencia en la contratación administrativa”. Revista de derecho. n °11. pp.131-141 Recuperado el 12 de abril de 2016, en : <http://revistaderecho.um.edu.uy/wp-content/uploads/2012/12/Cal-y-De-Cores-El-concepto-de-interes-publico-y-su-incidencia-en-la-contratacion-administrativa.pdf>
- ÁLVAREZ GONZALEZ, J (2004): “La libertad de información como derecho fundamental y sus límites”. Ágora de foro. Recuperado el 27 de abril de 2016, en: <http://www.agoradeforo.es/detalle.php?id=9>
- AZNAR, H (2010): “Por una teoría normativa de la comunicación a la altura de los tiempos. ¿Más deontología, más política, más ética?”, *Dilemata*, n° 3, pp. 77-94. Universidad CEU Cardenal Herrera.
- AZNAR, H (1999): *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios*. Barcelona. Ariel-Comunicación.
- BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO (2010): Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea. Artículo 11. C 83/394. Recuperado el 12 de febrero de 2016, de: <http://www.boe.es/doue/2010/083/Z00389-00403.pdf>

- BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO (1982): Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen.
- CAJINA, A (2013): “Importancia del periodismo para el desarrollo de la sociedad”. *Creación Masiva*. Recuperado el 11 de marzo de 2016, de: <https://creacionmasiva.wordpress.com/2013/03/01/importancia-del-periodismo-para-el-desarrollo-de-la-sociedad/>
- CANET, M (1999): La investigación académica sobre las actitudes profesionales de los periodistas. Una descripción del estado de la cuestión. *Comunicación y Sociedad*. Vol. XII. Núm. 2. pp. 9-32. Universidad de Navarra.
- CASASÚS, J.M (2002): “Protección informativa de los menores” *La Vanguardia* Recuperado de <http://hemeroteca.lavanguardia.com/preview/2002/05/19/pagina-12/33980318/pdf.html>
- CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS (2013): “Barómetro del CIS” Recuperado el 11 de marzo de 2016, de : http://www.cis.es/cis/export/sites/default/-Archivos/Marginales/2980_2999/2981/Es2981.pdf
- COL.LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA: “Declaración de principios de la profesión periodística en Catalunya”.
- CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA (1978): Título 1. De los derechos y deberes fundamentales. Recuperado el 12 de febrero de 2016, de: <http://www.congreso.es/consti/constitucion/indice/index.htm>
- DE ANDRÉS, S. NOS ALDÁS, E y GARCÍA-MATILLA, A. (2016) : “La imagen transformadora. El poder del cambio social de una fotografía: la muerte de Aylan”. *Comunicar*. N°47. pp. 29-37
- DEL RIEGO, C (2013): “Los límites de la libertad de información”. *Asociación de la Prensa de Madrid*. Recuperado el 3 de marzo de 2016, de: http://www.apmadrid.es/images/stories/LimitesLibertadExpresion_DelRiego.pdf
- *EL MUNDO*: “Estatuto de Redacción de *El Mundo*”.
- *EL PAÍS*: “Estatuto de Redacción de *El País*”.
- FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE PERIODISTAS DE ESPAÑA: “Código Deontológico”.
- GARCÍA MÁRQUEZ, G (1982): “El mejor oficio del mundo”. *El País*. Recuperado el 15 de febrero de 2016, de : http://elpais.com/diario/1996/10/20/sociedad/845762406_850215.html

- GRIGGS, B (2015): “Lo único que me quedaba era tomar la foto y que el mundo viera esto”. *CNN en Español*. Recuperado el 12 de junio de 2015, de: <http://cnnespanol.cnn.com/2015/09/04/lo-unico-que-me-queda-era-tomar-la-foto-y-que-el-mundo-viera-esto/#0>

- GUTIERREZ SUÁREZ, A (2010): Sentencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos. *Ministerio de Justicia*. Recuperado el 27 de abril de 2016, de: http://www.mjusticia.gob.es/cs/Satellite/Portal/1292427041882?blobheader=application%2Fpdf&blobheadername1=Content-Disposition&blobheadername2=Grupo&blobheadervalue1=attachment%3B+filename%3D Sentencia_Gutiérrez_Suárez.pdf&blobheadervalue2=Docs_TEDH

- LEYVA MUÑOZ, P (1997): Entrevista a Maxwell McCombs. Hay que reinventar el concepto de noticia. *Sala de Prensa*. n°12. Recuperado el 3 de marzo de 2016, de: <http://www.saladeprensa.org/art247.htm>

- LIBRO DE ESTILO DE LA VANGUARDIA (2001): “Estatuto de Redacción de *La Vanguardia*”.

- LIBRO DE ESTILO DE EL MUNDO : “Libro de Estilo del diario *El Mundo*”.

- LIBRO DE ESTILO DE EL PAÍS: “Manual de Estilo del diario *El País*”.

- LINDE, A (2005): “Reflexiones sobre los efectos de las imágenes de dolor, muerte y sufrimiento en los espectadores. *Comunicar*, 13(25).

- LLOBET, L (2006): “La función social del periodismo o periodismos social”. *UNIrevista*. n°3. Universidad Nacional de Río Cuarto, Argentina.

- LÓPEZ, A (2014): “El origen de la prensa amarillista”. *Descubrir la Historia*. Recuperado el 27 de abril de 2016, de: <https://descubriralahistoria.es/2014/09/el-origen-de-la-prensa-amarillista/>

- MAMANO SUCA, I (2009): “El periodismo”. *Monografias.com*. Recuperado el 27 de abril de 2016, de: <http://www.monografias.com/trabajos69/periodismo/periodismo2.shtml>

- MORAGAS, M de (eds). *Sociología de la Comunicación de Masas. Estructura, funciones y efectos*. Barcelona. Gustavo Gili, S.A.

- MACIÁ-BARBER, C (2013): “Ética, fotoperiodismo e infancia: Imagen del conflicto palestino-israelí en España”. *Cuadernos.info*, n°33, pp.89-88.

- MARTINI, S (2000): “Periodismo, noticia y noticiabilidad”, Buenos Aires, Norma.

- MOURENZA, A (2015): “Las manos de mis dos niños se escaparon de las mías”. *El País*. Recuperado el 12 de junio de 2015, de: http://internacional.elpais.com/internacional/2015/09/03/actualidad/1441232434_109669.html

- NÚÑEZ ENCABO, M (1997): “Código deontológico o Código Penal” (Tribuna: ética periodística). *El País*. Recuperado el 14 de marzo de 2016, de: http://elpais.com/diario/1997/01/07/sociedad/852591609_850215.html
- NÚÑEZ LADEVÉZE, LUIS (1991): *Manual para periodismo. Veinte lecciones sobre el contexto, el lenguaje y el texto de la información*. Barcelona, Ariel.
- PRAT, A (1978): *Derecho administrativo. Tomo 4. La Responsabilidad del Estado*. Montevideo. Acoli Editorial.
- PUNSET, E (2008): “El poder de las imágenes”. *Eduard Punset*. Recuperado el 25 de abril del 2016, de : <http://www.eduardpunset.es/120/general/el-poder-de-las-imagenes>
- SARTORI, G (1998): *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid. Taurus.
- SONTAG, S. (2006): *Sobre la fotografía*. México: Santillana Ediciones Generales.
- SUÁREZ, J (2013): “La complementariedad entre la deontología y el derecho a propósito de la actividad informativa” *Estudios sobre el mensaje periodístico*. Vol.19. nº1. pp. 281-293. Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense.
- VARGAS, M (2015): “Niño muerto en la playa”. *El País*. Recuperado el 19 de junio de 2016, de : http://elpais.com/elpais/2015/09/18/opinion/1442579286_144627.html
- WARREN, C (1979): *Géneros periodísticos informativos: nueva enciclopedia de la noticia*. Barcelona. Habper and Row publishers.
- WOLF, M (1987): *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona. Paidós Ibérica.

7. ANEXOS

ANEXO 1: Entrevista con Joel Albarrán, jefe de información web de *La Vanguardia*

Nombre del entrevistado: Joel Albarran

Medio para el que trabaja: *La Vanguardia*

Cargo dentro del medio: Redactor Jefe de Información web

P- ¿Podría tratar de explicar en qué consiste para usted y para su medio un Consejo de Redacción?

R- La verdad es que nosotros ... en la redacción digital actualmente no existe un Consejo de Redacción digital, sí que existe en el papel. El Consejo de Redacción pues valora la calidad de las noticias y aconseja sobre cómo tienen que encararse ciertos temas y tal.

P- Y en los consejos de redacción ¿se toman este tipo de decisiones relativos a si publicar una información o no porque quizás pueda ser polémica?

R- Aquí te tengo que decir la verdad...que yo no he estado nunca en un consejo de redacción.

P- ¿Y en la web entonces cómo se filtra eso?

R- En la web lo que tenemos es dos momentos del día. Hay dos momentos diferentes a lo largo de la jornada, que se trabaja de manera distinta. O sea hay un momento durante el día, desde la siete de la mañana hasta las once de la noche que hay una estructura de jefes presente que entonces pues somos los que decidimos cómo hay que dar la noticia, si hay que dar una foto o no y si hay que dar relevancia a una información o no. Y hay otros momentos de la noche, en los que está la gente de cierre o de guardia o del fin de semana, en los que los propios redactores tienen la autonomía para tomar este tipo de decisiones y si se encuentran una duda evidentemente pues pueden llamar y consultar. En general cuando no está un jefe, no está Jordi Juan, no estoy yo o no está otro de los responsables de sección la instrucción que tenemos es ser prudentes. En caso de duda ser prudentes y luego, la mañana siguiente cuando se localice a alguien ya se valorará. Lo que se aconseja es ser prudentes y la mañana siguiente ya se valorará. Si estamos aquí se hará una valoración periodística de esa información o de la imagen o del titular y si nos parece que merece la pena informativamente, y no solo por buscar el *click* y que no vulnera ningún Código Deontológico o eso pues lo damos pero ,vaya, vamos valorando caso a caso y los criterios ahí están.

P- Si yo te preguntara sobre de qué lado se inclina la balanza, si sobre el afán periodístico de publicar algo o sobre el tener cuidado con la ética y los Códigos Deontológico ¿serías capaz de dar una respuesta?

R- Evidentemente no hacemos nada siendo conscientes de que vulneramos el Código Deontológico. A veces nos equivocamos y podemos publicar una foto. El último caso que

recuerdo claro es el caso de Aylan. Ahí fue...nos llegó la foto y sabíamos que era un fotón, pero claro es un niño, ahí no sabes lo que tienes que hacer. Lo que hicimos en ese caso en un primer momento fue dar la foto en el interior de la noticia y fuer en la portada dábamos otra. Es decir, tuvimos un pequeño debate, bueno tal qué hacemos. Luego... o sea...yo creo que algunos éramos partidarios de darla de buenas a primeras en la portada...y otros de darla pero no de darla como primera imagen y que la gente que entre en la web de *La Vanguardia* y se encuentre ahí con el niño muerto. Luego cuando ya vimos todo lo que generaba la empezamos a dar en la portada porque ya...
Entonces bueno en ese caso es que claro no estaba nada claro.

P- Cuando la visteis supongo que pensarais que era una imagen con mucha relevancia, mucho interés público¿Qué se entiende en su medio como interés público? ¿Está todo justificado bajo este pretexto de la relevancia pública? ¿Dónde tenéis vosotros el corte para decidir esto es publicable o no lo es?

R- Yo es que no soy muy teórico de estas cosas, soy más de la práctica...

Que afecte a más personas, ¿no? Que no sea una historia puramente anecdótica en la que uno se coja a, yo que sé, cosas como que sea escabroso o sexual o que sea divertido... Si no que haya detrás una historia con fondo y después en relación a las imágenes, como en el caso de Aylan, pues que si te ayuda a dar a conocer una historia que está pasando y que en muchos casos la gente ignorará pero gracias a esa imagen consigue que la gente se quede...pues son cosas que están en la balanza. Lo que nos pasa a menudo, lo que intentamos hacer pero no siempre lo logramos. Tú tienes una historia anecdótica de , ¿yo que sé?, que tiene contenido sexual y que sabes entonces que a la gente le interesará pero no deja de ser un caso puntual particular de una persona que no es noticia. Entonces nosotros lo que intentamos hacer es, que vaya es lo de toda la vida.... Es coger esta historia concreta para a ver si hay una historia general. Entonces aprovechamos la historia concreta que sabemos que nos ayudará a tener visitas, a tener audiencia y tal para explicar una historia más general. Esto es la teoría. Después a veces no lo hacemos bien. Después como sabes lo que pasa en los digitales es que como sabes la audiencia al minuto y al segundo, hay que ser sincero y notas mucho más la presión. Que nuestro trabajo es no dejarnos influir pero notas mucho más la presión que si haces el diario y lo cierras a las siete de la tarde sin saber nada. Tú lo cierras y luego, ya ves. Nosotros, en cambio, en cada minuto vemos. Ahí tenemos a los compañeros de audiencias, de analítica, que te van informando. “Oye esta noticia tal” o “esta palabra clave por la que mucha gente está buscando esta historia que no tiene más valor informativo, hay mucha gente buscándolo. Nos convendría aparecer nosotros también cuando alguien haga esta búsqueda...”.

P-Entonces en el caso de que os llegara una imagen. Ha habido un accidente en la autopistas, ha habido un montón de muertos en un autobús y os llegan imágenes, de agencias supongo que sean la mayoría, ¿no?

R-Sí, bueno de agencias y ahora cada vez más de que están en *Twitter* o que circulan por ahí o los lectores nos las envían, o ...

P-Os llega una imagen que a lo mejor tiene el rostro ensangrentado y la imagen es muy impactante pero a lo mejor es la única que tenéis o refleja muy bien todo lo que ha pasado. ¿Qué se hace?

R-O sea...si es así muy escabrosa, sucedería lo mismo que con Aylan. Tenemos las dos opciones de darla dentro y no darla en la portada, eso es algo que cuidamos, que en la portada gente que venga a informarse sin saber los detalles de algo no se encuentre ahí algo muy escabroso. Pero dentro, una vez que entras dentro de la noticia se puede poner quizás no la primera, pero más pequeña, más abajo...Después, claro, si es solo un detalle de un trozo de pierna o algo así pues no tiene valor pero si es una imagen que contextualiza y te explica mejor lo que ha pasado: autobús roto, el derrape en el que se ve cómo ha sucedido el accidente y al mismo tiempo hay un cadáver, algún cuerpo o algo...entonces yo creo, bueno que cada imagen tiene su esto, pero la daríamos. Lo que sí haríamos sería pixelar las caras para que no se reconozca a las personas. Si hay menores también siempre los pixelamos y en algún caso incluso podemos reencuadrar o después también está el tema de que, por ejemplo, si es...que eso no es justo pero también es algo que nosotros valoramos. Si es una matanza en Afganistán nos es más fácil dar una imagen más cruda que si sabemos que es algo que ha sucedido en Barcelona porque sabemos que nuestros lectores les impactará mucho más y les herirá mucho más la sensibilidad el pensar que ha sido su vecino o eso...que las otras imágenes, que están más acostumbrados, aunque también intentamos no ser especialmente escabrosos pero sí que lo cierto que imágenes que damos de matanzas en países de Oriente Medio nunca las daríamos de aquí.

P-Al final todas las fotografías casi siempre vienen, o bien de redes sociales o agencias de información, entonces todos los medios que son competencia tienen esas imágenes también. ¿Crees que eso es un problema, que crea esa competencia o esa homogeneización de que todos tengáis lo mismo?

R-Si, si claro, claramente...

P-Porque claro si no lo publico yo lo publicará el otro, o...

R-Si, sí, eso también, Con los atentados de París o del aeropuerto de Bruselas las primeras imágenes que salían eran de Twitter, de alguien que las había subido allí. Eran imágenes donde podías ver algún cuerpo, hay gente con sangre...Verificamos que eran buenas, pero no sabíamos si había derechos, si no...ahí el debate. Y ves que al cabo de tres minutos ya las está dando tu competencia, sea El Mundo, sea *El País*...y claro eso sí que nos presiona, sobre todo si no tienen ninguna porque si tienes una foto alternativa que te ha llegado de la agencia aguantas pero si no tienes ninguna imagen y estás diciendo que ha habido un atentado en Bruselas y no se cuantos muertos y no tienes ninguna imagen y el medio de al lado sí...entonces sí que lo notamos y algunas veces pues nosotros, yo creo que no somos de los primeros en lanzarnos, pero sí que es verdad que cuando ves que todo el mundo lo estás dando tú dices "Vale. Todo el mundo lo está dando, no voy a ser el único que no la da". Es decir nosotros por norma general, la vemos, la tenemos localizada, vemos quién la ha subido, por dónde se ha hecho el tuit...que es una foto buena, que no es mentira. Pero no tenemos los derechos porque es una imagen que se ha subido a Twitter y no sabemos quién la da. Nosotros normalmente nos esperamos, no seremos los primeros en darla pero tampoco...

P-La ética al final queda un poco apartada porque si hay imágenes que han sido publicadas en otros medios y se considera por tanto que hay que hacerlo porque se esta informando de algo. ¿Crees que al final los Códigos Deontológicos en esto tienen utilidad o no?

R- Sí, desde luego. Eso seguro. Lo que también es cierto que...que cuando estás en la práctica y estás ahí presionado y tal...no lo olvidas pero, o sea, hay un plano teórico y un plano práctico real. Entonces...deberían ser los mismos, en la práctica deberías asumir la teoría al 100% pero como hay tantas cosas...no es así. La teoría y la práctica, aunque nosotros si intentamos siempre seguirlo...a veces en la práctica tenemos que ser un poco flexibles y valorar una última hora, imágenes que están circulando, que todo el mundo las está viendo...¿Seremos los únicos que no lo daremos? Pues no. Y, de todos modos, si nosotros publicamos una imagen que valoramos en un momento determinado y no podemos contrastar ni contactar con la persona que lo ha tomado o difundido, si luego esa persona nos viene y nos reclama nosotros asumimos la responsabilidad “Oye, pues tienes razón. En ese momento pues no pudimos hablar contigo, no te pudimos preguntar. Nos cobra tanto...pues vale la pagamos”.

P-¿Se respeta la jerarquía en la redacción en la toma de decisiones? ¿Es el editor el que más peso tiene sobre la decisión final?¿En su medio se tiene en cuenta las opiniones de los demás trabajadores de la redacción?

R- Sí, hay un debate que desempata al final la jerarquía pero vaya que sí, sin ninguna duda. La mayoría de las veces la encuentra el propio redactor, la imagen, entonces ahí se le plantea la duda. “Oye tal que tengo esto, que no encuentro imágenes por ningún lado de este tema...” o “oye esta imagen me parece un poco fuerte, ¿tu que opinas?” y lo hablamos.

P- ¿Alguna vez ha estado en desacuerdo con alguna publicación que haya realizado el medio para el que trabaja? En caso afirmativo: ¿ha manifestado su desacuerdo?

R-Poco recuerdo. Seguro que se ha producido alguna vez, que yo no lo habría publicado pero en general creo que somos bastante cuidadosos en este sentido y no, no ha sido un problema.

P- ¿Cómo justifica *La Vanguardia* la publicación de la imagen del niño con el rostro al descubierto, aunque pixelado?

R-Bueno claro, en este caso...estamos hablando de los refugiados, de la tragedia del Mediterráneo. Típico, noticia que la gente ignora, que nadie se lee. Nosotros tenemos las herramientas donde la gente pincha al minuto y fue salir esta imagen y en seguida todos los que estábamos allí: “muy fuerte, espectacular. Hay que darlo”. Fotón legendario. Bueno lo que vimos es que allí había una historia tremenda. La historia que llevamos días contacto pero que concretada en ese niño y en esa imagen la podías explicar super bien todo lo que estaba pasando y lo primero que dijimos fue “esto hay que explicarlo. Primera conclusión: esto hay que darlo. Y si hay que darlo hay que dar la imagen” y así fue cómo evolucionó el argumento. Luego si lo dábamos más arriba o más abajo ... pero bueno svimos que aquella foto que en el mundo se hablaría y que era una imagen que no se podía esconder, que era una imagen que el mundo vería y, así poniéndose en plan trascendental, que el mundo tenía que ver. Al ser un niño supongo que decidimos los procedimiento habituales de pixelarle la cara pero vimos que no había otra opción.

P-¿Tratamiento espectacular del sufrimiento o reflejo de realidades que se pretende denunciar?

R-Se juntaban las dos cosas. había una historia humana, un caso particular de ese niño. Allí con los zapatitos...o sea que como cualquier niño que paseaba por Barcelona y que todos nuestros lectores lo vieran y se quedarán ahí estremecidos. Había ese factor personal humano y en este caso concreto además que explicaba todo aquello. Den este caso no creo que fuera para nada buscar la espectacularidad, el morbo...hay noticias que te llegan que uno sabe que tiene detalles escabrosos y te planteas pero en este caso creo que no había nada de esto. Era una historia global súper fuerte que todavía sigue y bueno...después cuando la vimos dijimos “es una imagen de estas icónicas”...

P- Existen muchas investigaciones que demuestran que la publicación de este tipo de fotografías pueden llegar a insensibilizar al público, o por lo contrario, acrecentar significativamente su miedo o sentimiento de que todo lo que ocurre en el mundo es negativo.

R-Yo creo que seguro que ahora tenemos la piel mucho más dura a base de ver tantas imágenes y de estar todo el día ahí metidos en la pantalla. Estamos menos sensibilizados pero...o sea que sí que tiene este efecto pero...al mismo tiempo cuando sale una nueva de estas imágenes que impactan y hacen a la gente darse cuenta de lo que está pasando hay que darlas. Es un poco contradictorio. La publicas y haces que la gente, en un primer momento, está hipersensibilizada pero luego a largo plazo igual se va endureciendo y le *patina* pero no por eso... hay que seguir dándolas.

P- ¿Cómo transcurrió el proceso desde la llegada de la imagen a la redacción hasta

ANEXO 2: Imágenes de Alyan Kurdi de la fotografía Nilufer Demir.







ANEXO 3: Portada de *El Mundo* del día 3 de septiembre de 2015

•Si la ayuda y la salvación han de llegar, sólo puede ser a través de los niños (María Montessori)•



Un agente de la gendarmería turca observa el cadáver de uno de los cinco niños hallados ayer en la playa de Bodrum, en el mar Egeo. Los menores, que murieron ahogados, viajaban en una embarcación que naufragó cuando se dirigía a la isla griega de Kos. FOTOGRAFÍA: NILUFER DEMIR (REUTERS) PÁGINA 10

EL NIÑO DE LA PLAYA POR PEDRO SIMÓN

La fundación de CDC lograba 3.200€ diarios en donaciones

La organización tenía el porcentaje más alto de donativos de toda España: 7,1 millones en 6 años
► Mas dice en el Parlament que Teyco aportaba dinero «libremente y por afinidades ideológicas»

CARLOS SEGOVIA MADRID La Fundación Catdem, instrumento clave para la financiación de Convergència Democràtica de Catalunya (CDC), ha recibido donativos empresariales por valor de 1,2 millones de euros anuales, según los sucesivos informes aprobados por el Tribu-

nal de Cuentas que están analizando los investigadores del llamado caso Teyco. Esta cifra equivale a 3.200 euros diarios y supone la donación empresarial más generosa recibida por una fundación política en España en proporción a su tamaño.

SIGUE EN PÁGINA 6 / EDITORIAL EN PÁGINA 3

► Posada admite que tramitó la reforma del TC para debatirla en el próximo pleno PÁGINA 8

ACCIONISTA-PREFERENTISTA

¿Todavía no has recuperado tu dinero?

CONTACTA CON NOSOTROS
¡PODEMOS AYUDARTE!



BUFETE ROSALES
ABOGADOS



TEL. 91 550 15 15
www.bufeterosales.es

Se acabó el verano: 333.107 despedidos en un día

FRANCISCO NÚÑEZ MADRID El último día de agosto, lunes 31, la Seguridad Social perdió 333.107 afiliados de golpe a un ritmo de 231 despedidos por minuto. Nunca en la historia laboral se había producido un hecho de estas características. Ni siquiera en los peores momentos de la crisis económica. Los datos del mercado de trabajo en este mes, peores que hace un año, han sorprendido por su intensidad. El paro aumentó en 21.679 personas por el fin de la temporada veraniega y se destruyeron 134.289 empleos. PÁGINA 25 / EDITORIAL EN PÁGINA 3

LA VANGUARDIA

FUNDADA EN 1881 POR DON CARLOS Y DON BARTOLOMÉ GODÓ

Cada persona destruye dos árboles en un año

TENDENCIAS 26

'El señor de los anillos' según lo dibujó Tolkien

CULTURA 32 Y 33



Cuatro hermanos de Senegal lideran el 'top manta'

VIVIR 5

Mas califica de "montaje" del Estado el registro en CDC

► ERC suscribe la tesis del president, ► "Si el Gobierno hubiera dialogado, no criticado por el resto de la oposición habría elecciones", asegura **POLÍTICA 10 Y 11**



El naufragio de Europa

La imagen de un niño sirio fallecido cuando intentaba alcanzar con su familia la isla griega de

Kos causó ayer una conmoción global. En total, 11 personas murieron ahogadas frente a la isla al

hundirse dos de las embarcaciones en que viajaban, entre ellas tres niños y una mujer.

"La que está llegando es la clase media siria: músicos, maestros, ingenieros..."

● El drama de la isla de Kos contado por la Cruz Roja de Catalunya **INTERNACIONAL 3 A 6**

Varados en la estación

MARÍA-PAZ LÓPEZ Budapest. Enviada especial

Recelos del TC ante la reforma del tribunal que quiere el PP

● Un sector de la institución cree que la norma puede ser inconstitucional

La iniciativa del PP para dotar al Constitucional de potestad para sancionar y suspender a los cargos que no cumplan sus sentencias no ha gustado en el tribunal por su intención política ante el 27-S y porque no respeta ni el derecho de audiencia de esos cargos. **POLÍTICA 12 Y EDITORIAL**

La concesión del túnel de El Pertús pide 304 millones públicos

● TP Ferro, con un 50% de Florentino Pérez, exige rescate a España y Francia **ECONOMÍA 49**

COLECCIÓN LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL

Sábado 5 y domingo 6 1º volumen

Por solo 9,99 €



lappa LA VANGUARDIA

SELECCIÓN LA VANGUARDIA 42829 2001307

EL PAÍS

www.elpais.com

EL PERIÓDICO GLOBAL

JUEVES 3 DE SEPTIEMBRE DE 2015 | Año XL | Número 13.940 | EDICIÓN NACIONAL | Precio: 1,40 euros

Frente común para impedir la reforma del Constitucional

La oposición recurre contra el trámite de la propuesta del Gobierno

J. J. MATEO / J. CASQUEIRO
Madrid
 La oposición en bloque, liderada por el PSOE y con las únicas excepciones de Amair, ERC y UPN, firmó ayer un recurso de consideración en el Congreso de

los Diputados para frenar la tramitación exprés de la reforma de la ley orgánica del Constitucional que presentó el martes el Partido Popular para dotar a este tribunal de la capacidad sancionadora en un mensaje disuasorio contra la deriva independentista que encabeza Artur Mas en Cataluña.

Los socialistas, junto con Izquierda Unida, Unió, UPyD, PNV, Coalición Canaria, Compromís y BNG acusaron al presidente del Congreso, Jesús Posada, de "falta de imparcialidad" por calificar él mismo la norma en lugar de que lo hiciera la Mesa, como corresponde en periodo ordinario de sesiones, algo que hubiera demorado su tramitación. A ese recurso se sumó Convergència, el partido de Mas, que lidera el bloque secesionista catalán. Esta acción conjunta no impedirá aplicar la nueva ley, que el PP, que tiene mayoría absoluta, prevé aprobar el 29 de septiembre, dos días después de las elecciones, pero es un rechazo evidente a una acción que la oposición califica de "desleal e irresponsable".

En respuesta, la vicepresidenta del Gobierno, Soraya Sáenz de Santamaría, preguntó ayer a los partidos de la oposición "en qué país y en qué Estado de derecho las resoluciones no se cumplen". "Esta medida no va contra nadie, va a favor del fortalecimiento del Estado de derecho, del marco constitucional", añadió.

PÁGINAS 13 Y 14

Mas achaca la investigación del 3% a una conspiración

MIQUEL NOGUER, **Barcelona**
 Artur Mas atribuyó ayer a una conspiración las investigaciones por el pago de comisiones irregulares a su partido, Convergència. Mas comparó en el Parlamento catalán para justificar el adelanto electoral, pero fue obligado a dar cuenta del registro de la sede del partido. "A estas alturas de la película ya no creo en según qué casualidades. He visto cosas de gran impacto que al final acaban en nada", dijo.

PÁGINA 15

EDITORIAL EN LA PÁGINA 10

ADEMÁS

El PP irá a juicio por su caja b

La Audiencia Nacional recuerda al partido que el auto de apertura de juicio oral no se puede recurrir.

P17



El supuesto homicidio de Cuenca será extraditado P22

Pinchazo del mercado laboral en agosto P37

El menguante mapa de los árboles del mundo P24

Una imagen que estremece la conciencia de Europa

Ante la escasa respuesta oficial a la llegada de refugiados, la foto del cadáver de un niño simboliza la dimensión de la tragedia



Un guardacostas turco recoge el cadáver de un niño ayer en Bodrum. / AP

LUCÍA ABELLÁN, **Bruselas**
 Es una imagen que ha logrado lo que no han podido las muchas otras estampas en un verano de éxodo masivo a Europa. Muestra cómo ayer un guardacostas turco recogía de la orilla en la playa de Bodrum el cadáver de un niño, muerto durante un intento de travesía a Grecia. No muy lejos, la marea alzó el cadáver de otro menor. Doce fueron los refugiados sirios que fallecieron ayer cruzando esas mismas aguas. Las autoridades turcas rescataron a otras seis personas con vida. En las redes sociales como Twitter, los ciudadanos difundieron

"Cuando hay gente que se asfixia en camiones y llegan cuerpos de niños a la orilla, es hora de actuar"

ron las duras imágenes con un mensaje común: "La humanidad se estrella contra la costa".

"Es la foto del fracaso de Europa", dijo ayer la socialista Elena Valenciano, presidenta de la subcomisión de Derechos Humanos del Parlamento europeo. "Cuando hay gente que se asfixia en camiones y llegan cuerpos de niños a la orilla, es hora de actuar", añadió la candidata laborista en Reino Unido Yvette Cooper. Las llegadas de adultos y menores alcanzan estos días niveles desconocidos. Grecia ha recibido a más de 23.000 en la última semana, un aumento del 50% con respecto a la anterior.

PÁGINA 3

EDITORIAL

El naufragio de Europa P10

La policía no puede actuar frente a las páginas que incitan al suicidio, el maltrato o la anorexia

Sin armas contra el Internet dañino

NATALIA JUJQUERA, **Madrid**
 Hay días en los que la policía recibe hasta 400 mensajes pidiendo la retirada de páginas o mensajes en Internet que incitan a comportamientos dañinos, como la anorexia, el maltrato o incluso el suicidio. "En la mayoría de casos no podemos hacer nada. No son delitos y los proveedores se amparan en la libertad

de expresión", explica Silvia Barreira, de la Unidad de Investigación Tecnológica. Son los contenidos nocivos de la web, que proliferan en un espacio no regulado por las autoridades. La presión crece sobre empresas como Google, Twitter o Facebook para que implanten filtros más estrictos sobre lo que se publica en sus páginas.

PÁGINA 23

Con el CEF, - tu currículum llega más lejos

¡Móstrate en nuestra web de los días de 200! **Muestras, Cursos y Seminarios** en las zonas de:

Teléfono	Laboral
Jurídica (Bogalot)	Procesal
Insurto Herreros	Servicio
Corrección y Marketing	Carreteras
Discusión y Análisis Empresarial	Parques

914 444 920
www.cef.es

CEF.- Presencial y online
MADRID P. Gral. Martínez Campos, 5
BARCELONA Gran de Gràcia, 171
VALENCIA Alboraya, 23

Mejor, preparados