

RESOLUCIÓN 2009/26

Sobre la observancia de cuidado y diligencia en informaciones dirigidas a los menores

ANTECEDENTES

1.- El Sr. Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid se dirigió en carta fechada en 3 de noviembre de 2008 a FAPE, dirigida al Presidente de la Comisión de Quejas y Deontología.

2.- El contenido de dicha comunicación es el siguiente

“Estimado señor:

El pasado 17 de octubre de 2008 se dirigió a esta Institución la madre de una menor residente en la Comunidad de Madrid para exponer su preocupación respecto a un artículo contenido en el número 36 de la revista “Bratz” editada por Panini España, S.A., que había sido adquirido por su hija menor de edad.

En concreto, la interesada refiere que en la sección titulada “Hechizos de amor”, (páginas 14 y 15 de las que se remite fotocopia adjunta a este escrito) bajo el título “Para ese chico que no te corresponde” se indicaba lo siguiente: “Coloca tres pétalos de rosas rojas dentro de un vaso de vino blanco. Bébetelo de un trago y, al finalizar, pronuncia su nombre tres veces en voz alta. La próxima vez que te vea se enamorará perdidamente de ti”.

Asimismo, esta madre nos manifestó su inquietud respecto al hecho de que una publicación dirigida fundamentalmente a menores de edad, lo cual se pone de manifiesto tanto por su formato como por el propio título de la misma que hace referencia a una conocida línea de muñecas, contuviera un artículo en que se les invita al consumo de bebidas alcohólicas.

Por otra parte, cabe tener la normativa autonómica existente en esta materia tanto en la Comunidad de Madrid, ámbito de actuación de esta Institución y lugar donde fue adquirido el ejemplar que dio lugar a la queja, como en Cataluña, donde se encuentra la sede y la redacción de Panini España, S.A., empresa editora de la revista “Bratz”.

Así, la Ley de la Comunidad de Madrid 5/2002, de 27 de junio, de drogodependencias y trastornos adictivos dispone que no deberá asociarse el consumo de alcohol al éxito social o sexual, ni sugerir que tiene propiedades terapéuticas o un efectos estimulante o sedante o constituye un medio de resolver conflictos.

Esta misma norma prohíbe la publicidad de bebidas alcohólicas en páginas o secciones de publicaciones dirigidas preferentemente o exclusivamente a menores de 18 años.

Por su parte, el Código Deontológico de la FAPE dispone entre sus Principios Generales, concretamente en el apartado 4.d) que “Se prestará especial atención al tratamiento de asuntos que afecten a la infancia y a la juventud”.

En este sentido, cabe recordar que el consumo de alcohol es en la actualidad uno de los mayores problemas al que se enfrentan nuestros adolescentes, como pone de manifiesto la última Encuesta Estatal sobre uso de drogas en estudiantes de Enseñanzas Secundarias (ESTUDES) 2006/2007, en la que se señala que la edad media de inicio en el consumo de alcohol se encuentra entre los 13 y los 14 años.

Al respecto, debemos tener en cuenta que los medios de comunicación pueden ejercer en la actualidad una gran influencia sobre la conducta de los niños y adolescentes, pero también pueden desempeñar, en muchos casos, un papel fundamental en la concienciación de la sociedad acerca de los problemas a los que se enfrentan los menores y en el fomento de una actitud responsable de éstos hacia cuestiones como el consumo de alcohol.

Por ello, hemos querido trasladarle estos hechos y consideraciones, para que en el ejercicio de las funciones que tiene encomendadas pueda valorarlos, rogándole, asimismo, que nos comunique su parecer al respecto.

Agradeciéndole su atención, le envía un cordial saludo,”

El ponente ha considerado conveniente la inclusión del texto íntegro, no sólo porque expresa las preocupaciones de quien lo firma; sino porque además incorpora las propias inquietudes de la madre de una menor. Todo ello en relación con el nº 36 de la Revista **BRATZ** y de una inserción de sus págs. 14 y 15 que aparece bajo el rótulo general de “*hechizos de amor*”. El texto concreto que suscita las presentes actuaciones se transcribe seguidamente:

“Hechizos de amor

Llega Halloween, la noche de las brujas, uno de los momentos más mágicos del año... ¿Quieres utilizar el poder mágico de esta fecha para solucionar tu mal de amores, sea cual sea? ¡Pues sigue leyendo y prueba algunos de nuestros filtros amorosos!

Para ese chico que no te corresponde

Coloca tres pétalos de rosas rojas dentro de un vaso de vino blanco. Bébetelo de un trago y, al finalizar, pronuncia su nombre tres veces en voz alta. La próxima vez que te vea, él se enamorará perdidamente de ti.”

3.- Se iniciaron las actuaciones, con el consiguiente traslado a Publicaciones Panini, editora de la revista BRATZ. El director de dicha editora contestó con fecha 29 de diciembre de 2008 con el texto que seguidamente se reproduce en su integridad, para así poder completar los términos en los que está planteada la cuestión.

“Apreciado Carlos,

En respuesta a la entrada en la Comisión de Quejas y Deontología de una solicitud de apertura de expediente por incumplimiento de normas deontológicas de la profesión periodística, presentada por el Defensor del Menor en la Comunidad de Madrid (expediente 1117/08), quiero exponer los siguientes puntos:

A.- Comparto totalmente la preocupación de los padres de los lectores por el efecto negativo de la publicación del citado texto, donde se incitaba a que las niñas bebieran un vaso de vino blanco en el cual se habían introducido unos pétalos de rosas rojas. Es más, no sólo me repugna la incitación a la bebida, sino también todo el juego con los hechizos, por más que se hagan de un modo lúdico.

B.- Como descargo por mi responsabilidad como máximo responsable de las publicaciones de Panini, poco o nada puedo alegar. Si bien resulta obvio que en modo alguno hubo intencionalidad en la publicación. Tan sólo la ineptitud de quien controló esos textos y no supo ver su nocividad para las jóvenes lectoras.

C.- Con el fin de que se haga una idea de cómo se elaboran este tipo de publicaciones internacionales, le cuento brevemente: Bratz es una licencia internacional y el 50% de su contenido llega ya elaborado, por lo que sólo se traduce, y el resto se elabora externamente a través de packagers especializados en publicaciones infantiles. En este caso falló el packager que no supo detectarlo, falló el responsable del departamento de aprobaciones de Panini (y por lo tanto yo como su jefe, por delegación de funciones), falló el licenciante en España que aprobó la revista con ese texto y falló el licenciante internacional que también lo aprobó.

D.- Toda esa retahíla de errores no justifica la publicación del citado texto, pero si demuestra que tenemos los mecanismos para controlar que esas cosas no ocurran, aunque a veces puedan

sucedier. Ese texto pasó por un montón de manos antes de ir a la imprenta, y sin embargo, por un motivo u otro, no se paró.

E.- Internamente hemos analizado el problema ocurrido con la revista Bratz y hemos aumentado los controles para que, en la medida de lo posible, no vuelva a suceder algo parecido.

Brevemente esa es la explicación de lo ocurrido y los pasos posteriores que hemos aplicado.

Para cualquier aclaración sobre el tema quedo a su disposición.

Saludos,

*José Luis Córdoba del Águila
Director de Publicaciones de Panini"*

FUNDAMENTOS

I

Se hace necesario analizar previamente el valor que, a efectos de entrar a resolver pueda tener la comunicación de PANINI que ha sido integrada en el antecedente 3 de esta decisión, dado que en ella además de una explicación de lo ocurrido con la publicación en cuestión, viene a asumir, sin apenas descargo -se limita a decir que "poco o nada puedo alegar" el carácter reprochable de lo publicado.

Es estimable la actitud autocrítica y el propósito de mayor cuidado en el futuro que expresa BRATZ. Pero ello no cancela, por sí mismo, el deber de esta Comisión de entrar a considerar la situación tanto en su conjunto como en su pormenor, dada la trascendencia de los bienes y derechos jurídicamente protegidos -incluso en términos constitucionales- que aquí están en juego. Porque con independencia de la asunción por PANINI de los hechos y de su alcance, no podría esta Comisión de Quejas y Deontología dejar de resolver sobre lo que se le ha planteado; y, en lo posible, trasladar al propio mundo profesional del periodismo criterios de aproximación e interpretación que contribuyan a clarificar situaciones de tensión entre derechos y bienes jurídicos que deben ser ponderados en cada caso, con independencia de los específicos problemas de imputación o prueba que se den en los supuestos concretos.

II

Para valorar adecuadamente la cuestión planteada parece preciso determinar primero, y luego calificar, los derechos y bienes que están en tensión en el caso presente.

Procede aquí recordar la diferencia entre libertad de información y libertad de expresión, puesto que los límites en uno y otro caso son diferentes como de forma reiterada ha señalado el Tribunal Constitucional. En tanto la libertad de información se basa en la comunicación informativa de hechos veraces y noticiables (SSTC 107/1988 y 112/2000, entre otras) la libertad de expresión versa sobre pensamientos, ideas y opiniones (SSTC 107/1988 y 112/2000, a título de ejemplo). Así definidas se infiere que en el primer caso la protección

constitucional se extiende, vigorosa pero únicamente, a la información veraz (con todos los matices que el contorno de la veracidad genera), puesto que los hechos son además susceptibles de prueba; mientras que la libertad de expresión dispone de un campo de acción necesariamente muy amplio que viene sólo delimitado por la ausencia de expresiones indudablemente injuriosas o sin relación con las ideas u opiniones que se expongan y que resulten innecesarias para la exposición de las mismas.

III

Dicho esto parece claro que el ámbito en el que nos movemos en el presente caso es el de la libertad de expresión y el uso de la misma ajustado a los límites que imponen la Constitución -con todo su superior valor normativo- y el conjunto ordinamental.

En el caso presente, el cuestionado contenido de las páginas 14 y 15 ni tiene ni pretende tener alcance informativo; sino que se trata de una explosión imaginativa, más o menos creativa y que entronca con una cierta moda por lo “mágico”, que por sí mismo nada tiene de reprochable. En cualquier caso, libertad de expresión del pensamiento, alas para la imaginación. Y no podemos olvidar que, como también ha dicho el Tribunal Constitucional (STC 153/1985) la **creación literaria** no es sino “*una concreción del derecho ... a expresar y difundir pensamientos, ideas y opiniones*”...

IV

Siendo la libertad de expresión un derecho fundamental y además esencial en un Estado democrático, también es cierto que, como señala el Tribunal Constitucional, el ejercicio de la libertad de expresión *latu sensu* puede ser sometido a restricciones legales que constituyan medidas necesarias en una sociedad democrática, como son, en concreto, la seguridad nacional, la integridad territorial o la seguridad pública, la defensa del orden y la prevención del delito, la protección de la salud o la moral o la protección de la reputación o de los derechos ajenos (STC 51/1989). La protección de la juventud y de la infancia aparece como límite *expressis verbis* ex Art. 20 CE. Así lo prevé la Constitución Española al recoger en el referido apartado 4 del citado artículo 20 que “estas libertades tienen su límite en el respeto a los derechos reconocidos en este Título, en los preceptos de las Leyes que lo desarrollen y especialmente, en el derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen y a *la protección de la juventud y de la infancia*”. En definitiva, la libertad de expresión aparece delimitada por la entrada en juego de otros bienes constitucionalmente tutelados y la protección de la juventud y la infancia se sitúa entre ellos. Así ha tenido ocasión de reconocerlo el Tribunal Constitucional en una serie de sentencias que avalan el establecimiento de límites a la libertad de expresión en protección de la juventud y de la infancia, por ejemplo al considerar constitucional la calificación de espectáculos artísticos y teatrales por razón de la edad con la consiguiente prohibición de acceder a los mismos (STC 49/84).

V

En el caso que nos ocupa nos encontramos no sólo con la genérica referencia constitucional de valor normativo directo sino, además, con la expresa limitación legal de la libertad de expresión a través de la Ley de la Comunidad de Madrid 5/2002, de 27 de junio, de Drogodependencias y otros Trastornos Adictivos. En ella se dispone (art. 27.1.c)) que *no deberá asociarse el consumo de alcohol al éxito social o sexual*, ni sugerir que tiene propiedades terapéuticas o un efecto estimulante o sedante o constituye un medio para resolver conflictos. En su escrito el Defensor del Menor cita además ese mismo art. 27.2 de la citada Ley que **prohíbe la publicidad de bebidas alcohólicas** en páginas o secciones de publicaciones dirigidas preferentemente o exclusivas de los menores de 18 años. Aunque no estamos propiamente ante un caso de publicidad, sí es verdad que estos preceptos ponen de manifiesto un clima de concienciación de los efectos negativos del alcohol que los propios códigos deontológicos del sector de la comunicación han acogido. Así por ejemplo el Código de autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia establece como uno de sus principios “evitar la incitación a los niños a la imitación de comportamientos perjudiciales o peligrosos para la salud” concretándose en el punto 2 al establecerse que “no se mostrará a menores identificados consumiendo alcohol, tabaco o sustancias estupefacientes”. El Código Deontológico de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España no aborda directamente el tema del alcohol entre menores, pero sí que recoge la especial vulnerabilidad de éstos al señalar en el apartado 4d) que “se prestará especial atención al tratamiento de asuntos que afecten a la infancia y a la juventud”. Lo que en el fondo no hace sino reflejar aquí la especial protección debida a la infancia y a la juventud, “ex” art. 20.4 de la Constitución Española.

VI

Estamos por lo tanto ante una colisión entre dos bienes constitucionalmente protegidos, el derecho fundamental a la libertad de expresión (art. 20.1) y la protección, en relación con esa misma libertad de la juventud y la infancia (art. 20.4 CE). En la medida en que la legislación de la Comunidad de Madrid establece una serie de limitaciones, hay que partir de que el legislador autonómico ha tomado como punto de partida una ponderación de ambos bienes constitucionalmente protegidos, por lo que procederá en primer lugar verificar si el hecho sobre el que llama la atención el Defensor del Menor es subsumible en las limitaciones establecidas en la Ley de la Comunidad de Madrid 2/2002. Pero para calibrar la medida del reproche, si lo hubiere, no solamente habrá que tener en cuenta esta consideración, sino también las circunstancias del caso y el impacto que puede tener entre los juveniles destinatarios de la revista. Sin dejar a un lado que el choque de valores tendría que ser resuelto en todo caso, hubiera o no legislación autonómica “*ad hoc*”.

Por lo que respecta a la subsunción del hecho denunciado en la prohibición prevista por la norma autonómica (“asociación del consumo de alcohol al éxito social o sexual”), en principio la respuesta ha de ser afirmativa, ya que la ingestión del bebedizo propuesto se presenta como esperanzadora garantía de

éxito para conseguir que el amor sea correspondido, lo que, sin necesidad de pasar a mayores, podría calificarse como un augurio de “éxito social” según la expresión utilizada por la propia norma.

En cuanto al impacto negativo habrá que tener presentes diversas circunstancias como los destinatarios de la revista, el enfoque del texto, o incluso el propio contenido de la “receta amorosa” el viejo “filtro de amor”¹. Comenzando por los destinatarios de la revista, recordemos que se trata de una revista juvenil, por lo que los destinatarios son precisamente los sujetos más vulnerables y que tanto la Constitución como la legislación autonómica citada configuran como conjunto a proteger especialmente. No es que menores hayan podido leer un texto dirigido en principio a adultos, sino que la propia publicación está destinada a jóvenes, por lo que en este punto el artículo no puede quedar exento de reproche deontológico.

En cuanto al enfoque del texto, éste se enmarca en la sección “Hechizos de amor”. Ya quedó descartado que a pesar del título de la sección, e incluso su objeto, el texto no pretende presentarse bajo la apariencia de información veraz. También es cierto que lo susceptibles que sean los niños y jóvenes de sucumbir a este tipo de contenidos considerándolos opiniones fiables depende del grado de madurez de cada lector, por lo demás muy variable en general y en especial en un espectro de edad tan amplio como el que nos ocupa.

Por lo que respecta al contenido de la receta, estamos probablemente ante una de las claves para ponderar si la publicación merece o no un reproche. Probablemente si el hechizo de amor consistiera en diluir una gota de vino blanco en una bebida no alcohólica, estaríamos ante un escenario completamente diferente. Sin embargo el hechizo consiste en colocar tres pétalos de rosas dentro de un vaso de vino blanco y bebérselo de un trago, lo que posibilita que en cualquier menor normal se manifiesten de forma más o menos directa los efectos nocivos del alcohol. Desde las alteraciones o perturbaciones de conducta básicas e inmediatas hasta la peligrosa apertura de la vía de la adicción.

VII

Teniendo en cuenta todas estas consideraciones parece que la publicación merece algún tipo de reproche por no haber calibrado la inserción del texto con suficiente cuidado y diligencia como para evitar el impacto negativo que el redactado, aparentemente inofensivo desde la perspectiva de los adultos, podía tener en un sector tan vulnerable y de grado de madurez tan variable el de los niños y jóvenes destinatarios de la revista. Ello constituiría una vulneración del principio recogido en el art. 4.d) del Código Deontológico de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España.

¹ Ver diccionario de Autoridades.

Es por ello que el ponente propone a la Comisión de Quejas y Deontología la adopción de la siguiente decisión:

Declarar que la publicación en las páginas 14 y 15 del número 36 de la Revista **BRATZ**, editada por PANINI, Revistas, constituye una infracción del art. 4.d) del Código Deontológico de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España.

RESOLUCIÓN

A la vista de los razonamientos de la ponencia, esta Comisión de Quejas y Deontología entiende que la publicación en el número 36 de la Revista **BRATZ** de una inserción o artículo denominado “Hechizos de amor” constituye una infracción del art. 4.d del Código Deontológico de la FAPE.

Madrid, 4 de marzo de 2009