



 PORTADA

 INFORMACIÓN GENERAL

 CONSEJO EDITORIAL

 ENVÍO DE ORIGINALES

 NÚMEROS ANTERIORES

 INDEXACIÓN BASES DE DATOS

 CREATIVE COMMONS

 BÚSQUEDAS

 CONTACTO

Google DENTRO DE C&S



 Reseña /

Ana Azurmendi

Derecho de la información. Guía jurídica para profesionales de la comunicación.

Eunsa, Pamplona, 1997, 360pp

“La finalidad de la obra es proporcionar un conocimiento básico de las relaciones jurídicas presentes en el mundo informativo y publicitario. Partiendo de las instrucciones tradicionales del derecho de la información(...) se analizan las responsabilidades jurídicas de los profesionales, de las empresas de comunicación y de las audiencias (...). Tal y como se expone en estas líneas la autora, Derecho de la información pretende acercarse a la realidad iusinformativa con una perspectiva jurídica y, a la vez, claramente delimitada por los conceptos básicos de la comunicación. Pues la percepción y conocimiento de lo que impliquen las actividades comunicativas, así como de las distintas partes involucradas en ella, darán como resultado una legislación más o menos adecuada a dicha realidad y, en consecuencia, de un mayor o menor coherencia.

Ana Azurmendi, directora del área de Derecho de la información de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, propone en esta guía un estudio interdisciplinar exigido por la misma naturaleza del campo de trabajo, alejándose de aquellos que defienden, como única posibilidad de acceso a estas realidades, la vía jurídica.

Además, por tratarse de un manual de asignatura para periodistas y publicitarios, estudiantes y profesionales, (el libro está editado por EUNSA dentro de su colección de manuales de comunicación), no sería comprensible abordar la materia con un enfoque que relegase a un segundo plano el fenómeno informativo. Y es que no conviene olvidar que los ámbitos interdisciplinarios se nutren paralelamente de las diversas fuentes: en este caso, de dos que también se exigen mutuamente de tal forma que el abandono de una imposibilitaría comprender y estudiar correctamente la otra.

El libro basa su estructura en una sistematización de contenidos en torno al sujeto, objeto y contenidos del derecho a la información, lo que *mutatis mutandis* podría entenderse como las partes implicadas en los procesos comunicativos: emisor, receptor, medios y mensajes. Y precisamente esta estructura revela la clara conexión entre el mundo jurídico y la actividad comunicativa.

La primera parte (Ordenamiento jurídico y Derecho a la Información) ahonda en el origen del reconocimiento de este derecho fundamental, fechado en el año 1948, así como en la justificación de otros bienes jurídicos esenciales como la libertad de prensa o la libertad de expresión. Repasa, además, algunos conceptos legales imprescindibles para entender y profundizar en esta disciplina. En esta revisión, propia de cualquier buen civilista, se observa la existencia de una sólida formación jurídica de la autora que, en las siguientes partes del libro, se irá corroborando.

Tras haber encuadrado el derecho a la información en el marco de los derechos humanos, Ana Azurmendi concreta, en los siguientes capítulos, las facultades que ese derecho otorga a comunicadores, medios y receptores, haciendo especial hincapié en los derechos y deberes de periodistas y publicistas (cláusula de conciencia, derecho de rectificación, etc.) como límites básicos en el ejercicio de su actividad.

Los dos últimas partes de este manual se dedican a los medios y a los contenidos que difunden. En ese sentido, se observa a lo largo de todo el libro una especial sensibilidad hacia los efectos de los mensajes sobre los menores de edad que reciben un tratamiento específico en el último capítulo.

Esta guía constituye una valiosa aportación en su ámbito por tres motivos básicos: en primer lugar, porque la escasez de manuales y libros de referencia genérica hacen que cualquier obra que se publique sea bienvenida (hasta el momento, la más divulgada de similares características ha sido el manual de la Universidad Complutense, editado por COLEX); en segundo lugar, porque la atractiva disposición de los temas y la sencillez expositiva son valores en sí mismos; y en tercer lugar, por la claridad del lenguaje utilizado que facilita la lectura a los profesionales de la comunicación, de los que no exige una formación jurídica previa.

Se echa de menos, eso sí, una mayor abundancia de ejemplos –particularmente sentencias judiciales– que completaría extraordinariamente el marco teórico proporcionado por la autora. No obstante, la razón de tal carencia podría escribirse en que esta guía se ha concebido como un manual para estudiantes, y la proliferación de ejemplos daría lugar a un libro muy extenso y más engorroso para el alumno.

Pese a todo, este tipo de lagunas se compensa con la magnífica labor de documentación realizada por la profesora Azurmendi: sus fuentes abarcan, por supuesto, los textos legales básicos y los diarios de sesiones del parlamento, pero también noticias y artículos publicados en diario y revistas. Además, también se incluyen aportaciones al derecho de la información realizadas por la autora y alguno de sus colaboradores (es el caso de Inmaculada Higuera, profesora de Derecho de la Publicidad en la facultad Navarra).

Así pues, esta guía parece el resultado de varios años de docencia e investigación, así como de una labor minuciosa de recopilación y continua puesta al día en el estudio del derecho a la información. Precisamente, para que esa tarea no resulte vana habrá que actualizarla en lo sucesivo. De ese trabajo futuro habrán de salir nuevas ediciones de esta obra, en las que por su obligación, se tendrán en cuenta los nuevos desarrollos legislativos en España y la Unión Europea.

Julián RODRÍGUEZ PARDO
julianrodriguezpardo@yahoo.es

[arriba](#)

Communication & Society - Facultad de Comunicación - Universidad de Navarra | www.unav.es | [Contacto](#) | [Aviso legal](#) | [Mapa del sitio](#)