

COMISIÓN DE ÉTICA DE LA SNRTV
RESOLUCIÓN N° 001-2025/CE-SNRTV

EXPEDIENTE N° 023-2024

RESOLUCIÓN

Lima, 17 de enero de 2025

ACCIONANTE : ZOILA QUINTANILLA MUÑOZ (“Accionante”)

MEDIO DE COMUNICACIÓN : PANAMERICANA TELEVISIÓN S.A. (“PANAMERICANA”)

MATERIA : LA LIBERTAD DE INFORMACIÓN VERAZ E IMPARCIAL

EL RESPETO AL HONOR, LA BUENA REPUTACIÓN Y LA INTIMIDAD PERSONAL Y FAMILIAR

LA DEFENSA DE LA PERSONA HUMANA Y EL RESPETO A SU DIGNIDAD

SUMILLA: *Se declara FUNDADA la queja interpuesta por la ACCIONANTE en contra de PANAMERICANA.*

1. ANTECEDENTES

- 1.1.** Mediante correo electrónico de fecha 03 de diciembre de 2024, la Accionante presentó una queja en contra de Panamericana por los programas de fecha 27 de octubre de 2024 y 10 de noviembre de 2024 del programa periodístico *Panorama* (en adelante, los “Programas”).

Al respecto, el Accionante señaló que los Programas habrían infringido el Código de Ética de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión (en adelante, el “Código de Ética”) en cuanto: **(i)** Panamericana expuso su nombre e imagen en señal abierta, a pesar de haber manifestado su voluntad en contrario a través una Carta Notarial de fechada el 18 de octubre de 2024; **(ii)** la Accionante es dueña de la tienda de prendas europeas “Luigi Donna” ubicada en el Centro Comercial Caminos del Inca en Chacarilla, Santiago de Surco (en adelante, la “Tienda”); **(iii)** la Accionante tiene por política no revelar los datos de sus clientes, en cumplimiento de lo señalado por la normativa en protección de datos personales; **(iv)** Panorama ha tenido una actitud matonesca y envalentonada a fin de forzarla a revelar los datos de sus clientes, toda vez que sostiene la teoría -sin fundamento- de que la actual Presidenta del Perú (en adelante, la “Sra. Boluarte”) ha comprado en la Tienda; **(v)** Panorama no ha indicado a qué vestido se refiere, cómo se relacionaría ese vestido con la Sra. Boluarte, o qué interés público tiene esta información; **(vi)** los Programas han venido afirmando que la Accionante le ha vendido prendas a la Sra. Boluarte, mostrando la imagen de la

Accionante mediante fotografías sin razón alguna; **(vii)** el Sr. Wilfredo Ocorima (en adelante, el “Sr. Ocorima”) sí es un cliente ocasional de la Tienda, pero el vestido azul que luce la Sra. Boluarte en las fotografías por las que consultaron los periodistas de Panamericana no es un vestido de la Tienda o uno que haya sido vendido por la Accionante; **(viii)** la Accionante no considera que tenga que mostrar ninguna factura porque el vestido no tiene nada que ver con ella; **(ix)** la información propalada en los Programas vulnera el respeto a su intimidad, su honor y su imagen (ésta última, a la luz de lo señalado en el Código Civil peruano); **(x)** la expresión de la conductora de Panorama, Sra. Carla Muschi, que la invita a “*tomar una manzanilla*” es ambigua y agresiva; **(xi)** el propósito de enseñar su foto en los Programas fue en represalia a que Panorama no obtuvo las respuestas que quería; **(xii)** la información de los Programas no es de interés público, ni tampoco existe un interés nacional en que se muestre su imagen; **(xiii)** la Accionante recalca el pleno respeto a la libertad de expresión de Panorama en cuanto a investigar a funcionarios públicos, pero ese no es su caso, en cuanto ella no es funcionario público, no ostenta ningún cargo de interés nacional, ni desempeña una función; **(xiv)** la publicación de su imagen en los Programas es completamente desproporcionada; y, **(xv)** Panorama no tiene como acreditar que los vestidos a los que se refieren han sido entregados a la Sra. Boluarte como un regalo, ni tampoco cómo acreditar que el Sr. Ocorima podría haber entregado los vestidos que compra a terceras personas.

- 1.2. Mediante Resolución N° 1 de fecha 10 de diciembre de 2024, la Secretaría Técnica de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión (en adelante, la “Secretaría Técnica”) admitió a trámite la queja de la Accionante y corrió traslado de esta a Panamericana para que esta última brinde sus descargos.
- 1.3. Con fecha 11 de diciembre de 2024, Panamericana presentó sus descargos mediante los cuales señaló que: **(i)** Panamericana no pone cortapisas a las opiniones personales -propias, libres, espontáneas y sin ningún guion- que puedan emitir sus periodistas ni aquellas que se efectúen sobre temas en investigación; **(ii)** Panamericana garantiza la libertad de información y de opinión de sus periodistas -independientes y profesionales- a través de la sujeción de la cláusula de conciencia; **(iii)** Panamericana no avala sino rechaza cualquier tipo de conducta negativa por parte de sus periodistas, ya sea esta intimidatoria, de acoso, matonesca, envalentonada irrespetuosa, hostil o similar (acusaciones temerariamente formuladas por la Accionante, de cuyo relato duda); **(iv)** los Programas se refieren a investigaciones periodísticas y fiscales en torno a los artículos de lujo (como los relojes Rolex) presuntamente adquiridos por el Gobernador de Ayacucho, Sr. Ocorima, para el uso de la Sra. Boluarte; **(v)** el equipo de Panorama recibió información de que el Sr. Ocorima habría comprado también vestidos de lujo para la Sra. Boluarte, motivo por el cual se dirigió a la Tienda a fin de contrastar dicha información; **(vi)** al día siguiente, y sin que haya sido emitido aún nada sobre las preguntas que realizaron en la Tienda (o las respuestas que recibieron), la Accionante envió una Carta Notarial al Director de Panorama en la cual denuncia el mal proceder de sus periodistas y prohíbe que se utilice cualquier parte de la entrevista que se le hizo; **(vii)** la Tienda es un establecimiento comercial de puertas abiertas, y de ningún modo un espacio “personal o privado” como lo califica la Accionante; **(viii)** Panorama dio lectura a la Carta Notarial en el Programa del día 27 de octubre de 2024 durante cerca de dos minutos, y al momento de comentar al respecto, se mencionó el nombre y apellido de la Accionante conforme lo había puesto en el

documento; **(ix)** ninguno de los Programas menciona su domicilio, su número de teléfono, su documento de identidad ni otros detalles que puedan vulnerar su privacidad; **(x)** las imágenes correspondientes a la Tienda y a la Accionante que se incluyeron en los Programas eran de acceso público para cualquier persona porque provienen de las redes sociales de la Tienda y de la Sra. Quintanilla; **(xi)** ninguno de los Programas incluyó imágenes de la entrevista que se le hizo en la Tienda, habida cuenta que la Accionante lo solicitó en su Carta Notarial; **(xii)** Panorama continuó investigando y comprobó que el Sr. Oscorima adquirió tres (3) vestidos de dama en la Tienda, y que ese mismo día, ingresó al Palacio de Gobierno; **(xiii)** por esta razón, en el Programa del 10 de noviembre de 2024 se volvió a tocar el tema en el Programa, mencionándose el nombre de la Tienda (que es de dominio público) y volviendo a exhibir ocho segundos de las mismas imágenes de la Tienda y la Accionante que se utilizaron en el Programa del 27 de octubre de 2024; **(xiv)** la investigación de Panorama no cuestiona ni se ocupa de la Accionante ni de su Tienda, sino que se ocupa de incidir en el modus operandi del Sr. Oscorima, quien presumiblemente regala o presta bienes finos y suntuosos a la mandataria por algún tipo de favorecimiento posterior (lo cual es un asunto de interés público); **(xv)** es relevante mostrar en qué lugar se compra tan fina ropa, como lo haría cualquier investigación periodística en el mundo; **(xvi)** el artículo 15 del Código Civil establece que la utilización de la voz y la imagen de una persona sin su consentimiento se justifica por su notoriedad, porque el cargo que desempeña, por hechos de importancia o interés público; **(xvii)** en consecuencia, teniendo las investigaciones realizadas por el equipo periodístico el ánimo de informar, no es dable que se prohíba la publicación de las imágenes de la Tienda y su propietaria; y, **(xviii)** Panorama no ha tenido ni un ápice de intención de dañar la imagen de la Accionante, pues se reconoció en todo momento que ella vendía ropa fina y que el Sr. Oscorima habría comprado allí justamente por eso.

- 1.4. Mediante Proveído N° 1 de fecha 12 de diciembre de 2024, la Secretaría Técnica incorporó los descargos de Panamericana al expediente y lo elevó a la Comisión de Ética de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión (en adelante, la “Comisión de Ética”) para su pronunciamiento.
- 1.5. Con fecha 17 de enero de 2025 la Comisión de Ética notificó a las partes de su decisión de declarar fundada la queja y amonestar a Panamericana por los motivos y consideraciones que son desarrolladas a continuación.

2. CUESTIONES EN DISCUSIÓN

La Comisión de Ética deberá determinar si:

- 2.1. El Programa incumplió con los principios establecidos en el artículo 3 del Código de Ética relativos a:
 - **La libertad de información veraz e imparcial** (literal e)); y,
 - **El respeto al honor, la buena reputación y la intimidad personal y familiar** (literal k)).

- 2.2. Y, de ser el caso, determinar las sanciones y/o medidas correctivas que correspondan al medio.

3. ANÁLISIS DEL CASO EN CONCRETO

3.1. Marco normativo aplicable

Libertades comunicativas o informativas

Las libertades de información, opinión, expresión y difusión del pensamiento mediante cualquier forma o medio también se encuentran protegidas como derechos fundamentales por la constitución peruana¹.

Las libertades comunicativas o informativas son dos: La *libertad de información* (que permite comunicar imputaciones o hechos concretos al público) y la *libertad de expresión* (que permite difundir opiniones). Ambas tienen una naturaleza pública por su vinculación a la formación de la opinión ciudadana² (una función esencial en una sociedad democrática)³ y por proteger la comunicación libre⁴ de hechos (en el caso de la libertad de información) y de opiniones (como lo son los juicios de valor, apreciaciones, pensamientos e ideas). En consecuencia, garantizan derechos distintos: La libertad de información, asegura el acceso, la búsqueda y difusión de hechos noticiosos; mientras que la libertad de expresión protege la difusión del pensamiento, la opinión o los juicios de valor.

En este sentido, las libertades comunicativas son, al mismo tiempo, derechos subjetivos y garantías institucionales del sistema democrático constitucional, y tienen la condición de libertades preferidas cuando su ejercicio permite el debate sobre la cosa pública⁵. Por este motivo, el Derecho reconoce que los medios de comunicación cumplen funciones democráticas importantes como la de impartir información e ideas para facilitar la formación de la opinión pública y la toma de decisiones colectivas; y, además, la responsabilidad de actuar como “perro guardián público” a fin de informar sobre las actuaciones del Gobierno y otras instituciones poderosas, exponer actos de corrupción y abuso del poder, y forzar a los funcionarios cuestionados a brindar las explicaciones del caso⁶.

Veracidad de la información

El objeto de la libertad de información es la información *veraz*⁷. No obstante, conforme lo ha señalado la jurisprudencia constitucional, esta veracidad no alude a una “verdad absoluta” (de carácter inobjetable e incontrastable) sino a la presencia de una especial diligencia al momento de confrontar los datos con las diversas fuentes de información disponibles⁸. En este sentido, la veracidad consiste

¹ Constitución Política del Perú de 1993 (“Constitución Peruana”), art 2.4.

² Corte Suprema de Justicia de la República, *Delitos contra el honor personal y derecho constitucional a la libertad de expresión y de información*, Acuerdo Plenario N° 3-2006/CJ-116 (“Acuerdo Plenario”), fund [10].

³ *ibid*, fund [7].

⁴ *ibid*, fund [12].

⁵ Sentencia del Tribunal Constitucional recaída en el Exp. N° 0905-2001-AA/TC de fecha 12 de agosto de 2002 (“STC N° 0905-2001”), fund [13].

⁶ Jacob Rowbottom, *Media Law* (1ra ed, Hart Publishing 2018) 18-19.

⁷ STC N° 0905-2001, fund [9-10].

⁸ Alonso Peña Cabrera Freyre, *Delitos Contra el Honor: Conflictos con los Derechos a la Información y Libertad de Expresión* (3ra Ed, Gaceta Jurídica 2018) 289-290.

en una búsqueda motivada por una actitud objetiva e imparcial por parte de quien investiga una noticia de interés público, una actitud que se perfecciona en las acciones diligentes que deben ser llevadas a cabo por los periodistas; como lo son, por ejemplo, la de utilizar información identificable, confiable y comprobable⁹ y, comunicar la información brindando el respetivo contexto.

La *verosimilitud informativa* persigue la comprensión y aceptación de un mensaje posiblemente cierto¹⁰ que se adecúe a la verdad en sus aspectos más relevantes¹¹; radicando la prueba de ello en la presencia de una actitud adecuada por parte de quien informa sus hallazgos con diligencia y respeto al contexto¹². Será veraz, entonces, la información rectamente obtenida y difundida, aun cuando su exactitud sea controvertible¹³; o, aquella que consista en hechos contrastados con la debida diligencia profesional de quien los comunica¹⁴ en búsqueda de la verdad¹⁵.

Además de ser veraz, el Derecho ha reconocido que cuando las libertades informativas entren en conflicto con alguno de los derechos personalísimos de un sujeto (como el derecho al honor, a la intimidad personal y familiar, o a la imagen propia) la información deberá tener relevancia pública para que se justifique su comunicación¹⁶. Por tanto, no toda información que es objeto de transmisión cuenta con el mismo nivel de protección por parte de las libertades comunicativas¹⁷; teniendo el máximo nivel de eficacia justificadora las expresiones o informaciones sobre personajes públicos o de relevancia pública¹⁸, quienes por su posición, tienen un mayor riesgo de afectación sobre sus derechos subjetivos como producto de la crítica y el escrutinio público. En contraste, las expresiones o informaciones sobre personas privadas contarán con límites más estrechos¹⁹, como se verá más adelante.

El interés público y los hechos noticiables

En la línea de lo señalado, la libertad de información consiste en la difusión de hechos, siempre y cuando estos sean de interés general y tengan trascendencia pública²⁰. La difusión de estos *hechos noticiables* se encuentra constitucionalmente protegida porque su finalidad es la de contribuir a la formación de la opinión pública²¹.

⁹ Pacto de Autorregulación de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión ("Pacto de Autorregulación SNRTV"), art I

¹⁰ Hugo Coya, *El periodista y la televisión: Los desafíos de la prensa en la era de la alta definición* (1ra Ed, Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú 2014) 43

¹¹ STC N° 0905-2001, fund [9-10]

¹² Sentencia del Tribunal Constitucional recaída en el Exp. N° 6712-2005-HC/TC de fecha 17 de octubre de 2005 ("STC N° 6712-2005"), fund 

¹³ Ana Azurmendi, *Derecho de la Comunicación: Guía jurídica para profesionales de los Medios* (2da ed, Ediciones Universidad de Navarra 2023) 36

¹⁴ *ibid*, 37

¹⁵ STC N° 6712-2005, fund 

¹⁶ Lluís de Carreras Serra, *Las Normas Jurídicas de los Periodistas* (7ma ed, Editorial UOC 2014) 93

¹⁷ Sentencia del Tribunal Constitucional recaída en el Exp. N° 87/2022, de 3 de marzo 2022, voto singular de la Magistrada Ledesma Narváez.

¹⁸ Acuerdo Plenario, fund [10].

¹⁹ *ibid*

²⁰ De Carreras (n 16) 92

²¹ *ibid*, 93

Habida cuenta que no existe una definición universalmente aceptada sobre qué califica como materia “noticiable”, Messenger propone una serie de principios generales extraídos de la jurisprudencia norteamericana²², a fin de intentar identificar algunas de las características principales y comunes de los llamados *newsworthy events*.

En primer lugar, resulta relevante considerar si la información comunicada se refiere o se deriva del tipo de acontecimientos que suelen ser “noticias”. En este sentido, resulta común reportar e informar sobre crímenes, accidentes, incendios, actuaciones de funcionarios públicos, eventos filantrópicos, deportivos, de entretenimiento, entre otros eventos similares que tengan incidencia sobre la cosa pública. Conforme lo reconocen la ley, la jurisprudencia y la doctrina, la publicación de esta información es válida y legítima si es que demuestra la existencia de actividad criminal, aun así esta resulte vergonzosa o embarazosa.

En segundo lugar, debe considerarse que el carácter noticiable de un hecho puede obedecer a la naturaleza misma de la persona involucrada. En este sentido, es ampliamente reconocido que los hechos pueden adquirir interés público cuando las personas que en ellos intervengan sean *personas públicas* o *personas de notoriedad pública*²³.

Se considera que son personas públicas quienes ostentan un cargo de autoridad pública (políticos, funcionarios) o quienes poseen relieve político. Por su status especial, estos individuos deben soportar con mayor intensidad juicios desaprobatorios, críticas ajenas y el conocimiento público de hechos relativos a su vida privada. Adicionalmente, las personas públicas son habitualmente noticia porque sus actividades se enmarcan en el campo de la cosa pública, y porque los ciudadanos tienen respecto de ellos el derecho a estar informados; ya sea por su condición de administrador de intereses generales, por presentarse a elecciones, por su grado de honestidad o por llevar una vida acorde con las ideas que defiende públicamente.

En este sentido, De Carreras ha destacado la relación que existe entre el carácter público de la persona y la intensidad de la protección que se le concede cuando sus derechos personalísimos entran en conflicto con las libertades comunicativas:

*“Cuando el protagonista de la noticia es un cargo público, la protección de la libertad de expresión o de información de los ciudadanos es la más amplia que concede el Derecho (aunque no ilimitada) y la correlativa protección de los derechos al honor y la intimidad de dicha persona pública es la menor de todas”*²⁴.

Por otro lado, se dice que son personas de notoriedad pública quienes normalmente se desenvuelven en el sector privado y participan del interés general por haber adquirido proyección pública; ya sea por ser referentes de una comunidad o, en razón a su profesión (como en el caso de los artistas profesionales del espectáculo), sus actitudes o su vanidad personal²⁵.

²² Ashley Messenger, *Media Law: A Practical Guide* (Revised Edition, Peter Lang 2019) 70-75

²³ De Carreras (n 16) 96

²⁴ *ibid*, 97

²⁵ *ibid*, 100

Por tanto, es posible y justificado divulgar información relativa a personajes públicos o famosos, siempre y cuando la noticia o dato se relacione con la actividad que les confiere tal notoriedad en el ámbito social en que la realizan, o que esté fundamentado en razones de interés general²⁶. En consecuencia, cuando se trata de un dato que evidencia un carácter de interés público y general, no existe -en principio- ningún tipo de limitación a su publicación, así este pueda afectar su vida privada²⁷.

Considerando lo señalado, el consenso apunta a que la información sobre las celebridades tiende a ser noticiable, en parte, porque el público se interesa en sus actividades y porque son ellas mismas quienes se sujetan voluntariamente a una cierta exposición pública. Al igual que en el caso de las personas públicas, las personas de notoriedad pública no se encuentran desprotegidas en el mismo grado (determinado por la fama o la prominencia) frente al ejercicio de las libertades comunicativas, siendo responsables cada una de ellas sobre el grado de proyección pública que le den a su propia persona en relación su vida privada²⁸.

Adicionalmente a las dos clases de personas señaladas, existe una tercera clase de personas referida a las *personas privadas*. A diferencia de las personas públicas o de notoriedad pública, la conducta del individuo privado usualmente no se relaciona con temas públicos, ni tiene interés para la opinión pública; motivo por el cual estas personas merecen la completa protección constitucional frente al ejercicio de libertad comunicativa que pueda lesionar sus derechos de la personalidad²⁹.

Cuando se trate de personas privadas que no han buscado la publicidad de su actuación -pero incidentalmente se han visto implicadas en un hecho de transcendencia pública- estas tienen derecho a preservar su honor, intimidad e imagen del conocimiento público; claro está, siempre que no sea necesaria su identificación para la comprensión del hecho noticiable³⁰. En este sentido, de acuerdo con De Carreras, la deontología periodística reconoce que le corresponde al periodista discernir sobre la necesidad de dar a conocer o no el nombre o determinadas circunstancias que hagan reconocible a un particular:

“Si la identificación de la persona es necesaria para que la noticia sea bien comprendida por la opinión pública, entonces prima la información -que es un bien colectivo- sobre el interés particular. En cambio, si puede comunicarse el hecho con todas las vicisitudes que interesan a la opinión pública, pero puede obviarse -por no ser necesario para su comprensión- la identificación del particular que se ha visto involucrado en el hecho noticiable, entonces el periodista no está legitimado a dar a conocer un extremo que no conduce a aportar mayor veracidad a lo sucedido, muy especialmente cuando la noticia puede producir al particular perjuicios personales”³¹.

En tercer lugar, Messenger señala que resulta relevante también determinar si la persona que es identificada en la historia es digna de ser noticia, o si en todo caso,

²⁶ Marcela I. Basterra, *Derecho a la Información vs. Derecho a la Intimidad* (1ra ed, Rubinzal-Culzoni Editores 2012) 96

²⁷ *ibid*

²⁸ De Carreras (n 16) 101

²⁹ *ibid*, 103

³⁰ *ibid*, 104

³¹ *ibid*, 105

lo es solo el asunto sobre el cual versa la información comunicada. En la mayoría de estos casos, las cortes americanas -conocidas por la aplicación liberal de la libertad de expresión- se han inclinado a considerar que la identidad de una persona no es noticiable -y por tanto, no es un asunto de interés público- cuando su identidad sea colateral a la discusión del problema reportado.

Considerando lo señalado, resulta indispensable que se distinga entre el interés público del tema y del individuo, lo cual depende en gran medida de la existencia -o, en todo caso, la ausencia- de un nexo suficiente entre la información divulgada y el interés público que tiene la persona involucrada. Esta regla es particularmente importante porque puede darse el caso de una persona a quien se le identifica en una noticia por su participación en hechos de interés público; pero que, además de ello, se le expone porque se incluye información de carácter privado del individuo que no es relevante para el fondo del asunto que es denunciado. Por tanto, se espera que exista siempre una adecuada conexión entre los detalles que son divulgados y el interés público del material con el que se relacionan³².

Al respecto, el Tribunal Constitucional español ha distinguido entre la relevancia pública de una determinada información y el carácter noticioso que esta pueda tener, dado que no está protegida la satisfacción de la mera curiosidad de los que componen el interés público en general³³. En este sentido, se reconoce que existen diversos hechos que normalmente no logran la trascendencia pública, como sucede -por ejemplo- con los eventos que afectan a las personas privadas (quienes tienen un Derecho a conservar su intimidad en sus relaciones particulares)³⁴ o, aquellos que carecen del potencial de afectar a los intereses sociales³⁵. Así, respecto de los primeros, ha sido reconocido que la divulgación de hechos de la vida privada de una persona que no sean de interés general puede constituir una intromisión en su derecho a la intimidad³⁶ (salvo que hayan alcanzado interés general porque sus propios protagonistas los dieron a conocer)³⁷.

El Derecho a la propia imagen

Aunque en algunas ocasiones el concepto de intimidad se conecta con el derecho a la propia imagen (como cuando se capta la imagen de una persona que revela un aspecto reservado de su personalidad), se trata de derechos autónomos y distintos³⁸. Ambos derechos son reconocidos como derechos fundamentales en la Constitución Peruana³⁹ y recogidos por el Código de Ética bajo el principio de protección de la intimidad personal⁴⁰ y, a la dignidad y defensa de la persona humana⁴¹.

³² De acuerdo con Messenger, las cortes norteamericanas no siempre parten de la premisa que todas las historias publicadas por un medio informativo son de legítimo interés público, por lo que existe un llamado a los sujetos informantes a distinguir entre lo que ese meramente interesante de lo que es de legítimo interés del público.

³³ De Carreras (n 16) 95

³⁴ *ibid*, 94

³⁵ *ibid*.

³⁶ *ibid*, 142

³⁷ *ibid*.

³⁸ *ibid*, 140

³⁹ Constitución Peruana, art 2.7

⁴⁰ Código de Ética de la Sociedad Nacional de Radio y Televisión ("Código de Ética SNRTV"), art 3(k)

⁴¹ *ibid*, art 3(a)

De un lado, la vulneración a la intimidad se refiere a una intromisión en la vida privada de una persona, un atentado contra la vida íntima personal y familiar de un sujeto: la zona nuclear del ser de una persona⁴². La intimidad es objeto de protección jurídica como una faceta de la libertad espiritual (que consiste en el pleno despliegue de la personalidad de un sujeto, en su campo vital más próximo o interior, sin intromisiones o fiscalizaciones susceptibles de alterar su tranquilidad)⁴³ y el bien jurídico que tutela es la *reserva* (que constituye una proyección de la libertad espiritual de la persona⁴⁴ y sirve al propósito de fungir de cobertura espiritual, envoltura o disfraz que envuelve o protege el sector más próximo, particular o interior de su vida)⁴⁵.

En consecuencia, el derecho a la intimidad es el derecho personalísimo que protege la reserva espiritual de la vida privada del hombre, asegurando el libre desenvolvimiento en lo personal, en sus expresiones y afectos⁴⁶. Considerando que no existe una definición específica de que es información reservada, se sostiene que generalmente se refiere al tipo de información que la mayoría de la gente trataría -y trata- de mantener fuera del conocimiento público⁴⁷. Sin que la lista enunciada a continuación sea exhaustiva, algunos ejemplos típicos son los asuntos relacionados a la salud e información de carácter médico, las calificaciones o información educacional relacionada, información sobre la actividad sexual u orientación sexual, historial de abuso de sustancias, información financiera, la dirección o teléfono de un domicilio cuando no se encuentre públicamente disponible y, los datos sensibles o embarazosos⁴⁸.

Del otro lado, el derecho fundamental⁴⁹ a la propia imagen protege un ámbito propio y reservado que resulta necesario - aunque no califique como íntimo- para decidir libremente sobre el desarrollo de la personalidad frente a la acción y el conocimiento de los demás⁵⁰. La imagen es un rasgo fundamental de la personalidad humana que se encuentra ligada a la dignidad, habida cuenta que constituye la expresión directa de su individualidad e identidad⁵¹. Por ello, este derecho pertenece al ámbito de libertad que tiene una persona respecto de sus atributos más característicos, propios e inmediatos; como lo son, la imagen física, la voz o el nombre (todos los cuales definen a la persona y le son inherentes e irreductibles)⁵². Se trata, entonces, de un derecho que protege básicamente la imagen del ser humano y cuyo ámbito específico de protección es frente a

⁴² Matilde Zavala de Gonzáles, *Derecho a la Intimidad* (1ra ed, Abeledo-Perrot 1982) 12.

⁴³ *ibid*, 175.

⁴⁴ *ibid*, 72-73.

⁴⁵ *ibid*, 73.

⁴⁶ *ibid*, 87.

⁴⁷ Messenger (n 22) 67

⁴⁸ *ibid*.

⁴⁹ Existe una dimensión patrimonial ordinaria del derecho a la propia imagen que habilita al titular a impedir la utilización de su nombre, voz o imagen para finalidades publicitarias, comerciales o de naturaleza análoga. Este supuesto no resulta aplicable al presente caso, en cuanto la queja versa sobre la ponderación entre el derecho a la propia imagen como derecho fundamental contra el ejercicio de las libertades de informar y opinar de un medio de comunicación.

⁵⁰ De Carreras (n 16) 159

⁵¹ Sentencia del Tribunal Constitucional recaída en el Exp. N° 1970-2008-PA/TC de fecha 30 de mayo de 2011 ("STC N° 1970-2008"), fund [10]

⁵² Sentencia del Tribunal Constitucional recaída en el Exp. N° 0446-2002-AA/TC de fecha 19 de diciembre de 2003, fund [3]

reproducciones de la imagen que no afecten la esfera personal de su titular, que no lesionen su buen nombre y que no den a conocer su vida íntima⁵³.

Por tanto, el derecho a la propia imagen reconoce la facultad del titular para evitar la difusión de su aspecto físico (por ser el elemento configurador de todo individuo, en cuanto a su identificación, que proyecta al exterior para su reconocimiento como persona)⁵⁴. En este sentido, el Tribunal Constitucional peruano reconoce dos dimensiones del derecho a la propia imagen⁵⁵: Una positiva, que faculta a un sujeto a determinar el uso de su imagen (es decir, a autorizar su obtención, reproducción o publicación) y, una negativa, que se traduce en la posibilidad del sujeto de *-prima facie-* prohibir la captación, reproducción y/o publicación de su imagen (cuando no medie su consentimiento). Sin embargo, el TC reconoce también que el derecho a la propia imagen no es absoluto:

“De un lado, la constitución reconoce que los medios de comunicación tienen el derecho de emitir y transmitir las imágenes que estimen convenientes, sin que sean censurados o que se les tenga que autorizar para ello. Pero, de otro lado, establece que toda persona tiene derecho a la imagen propia”⁵⁶.

Por tanto, lo que caracteriza la vulneración del derecho a la propia imagen es la difusión pública de la reproducción gráfica de una persona sin su consentimiento, de manera que esta no pueda disponer de su derecho a determinar qué imagen tendrá difusión pública⁵⁷. Sin embargo, respecto de las personas que desempeñan cargos públicos, el TC ha señalado que su consentimiento no es necesario el uso de su imagen se relaciona con el cargo que desempeña⁵⁸. En contraste, cuando se trate de una persona privada, será el propio titular quien determine si permite o no la captación o reproducción de su imagen; a menos que estos usos se produzcan en circunstancias que razonablemente lo permitan y que no tengan el objetivo de denigrar a la persona⁵⁹. En este sentido, se espera que los sujetos informantes distingan entre lo que es meramente interesante de lo que es de legítimo interés público, recomendándose la obtención del consentimiento escrito de un individuo cuando se vaya a publicar información privada (en caso esta información finalmente no llegue a ser considerada como un hecho noticiable)⁶⁰.

Conforme ha sido anteriormente señalado, no todas las personas tienen el mismo grado de protección, y la protección de los derechos de la personalidad se delimita por el ámbito que cada persona mantiene reservado para sí misma o su familia⁶¹. Así, mientras que en el caso de las personas públicas la norma les exige mayor tolerancia a la intromisión sobre sus derechos personales cuando el interés público se encuentra en juego, en el caso de las personas privadas, estas tienen reconocida

⁵³ STC N° 1970-2008, fund [8-9]

⁵⁴ *ibid*, fund [9]

⁵⁵ *ibid*, fund [11]

⁵⁶ *ibid*, fund [12]

⁵⁷ De Carreras (n 16) 161

⁵⁸ STC N° 1970-2008, fund [12]

⁵⁹ Sentencia del Tribunal Constitucional recaída en el Exp. N° 3459-2012-PA/TC de fecha 03 de junio de 2003, fund [9]

⁶⁰ Messenger (n 22) 75

⁶¹ De Carreras (n 16) 178

la máxima intensidad del derecho a la propia imagen, incluso cuando sean captadas en lugares abiertos al público⁶².

Por ello, se debe analizar caso por caso que parte de la vida privada de una persona esta ha hecho trascender a la opinión pública, a fin de decidir si la información o las opiniones sobre las cuestiones privadas que hayan sido difundidas ha sido legítima⁶³. En consecuencia, la norma exige que, en caso se presente un conflicto entre ambos derechos, se analice -caso por caso- cuál de ellos debe prevalecer, lo cual se hace atendiendo a las circunstancias concurrentes; con particular énfasis en el interés público de lo tratado⁶⁴.

3.2. Examen del Caso

Sobre los Programas

Panorama es un programa de investigación periodística que se emite todos los domingos, minutos antes de las 8:00 p.m. a través de la señal de Panamericana. El programa es actualmente conducido por la periodista Carla Muschi (en adelante, la “Conductora”).

Conforme consta en los actuados, la Accionante ha quejado los contenidos de dos (2) ediciones distintas de *Panorama*.

La primera, emitida el día 27 de octubre de 2024, que contiene un segmento que lleva por título “*Oscorima comprando vestidos*”, inicia con el comentario de la Conductora sobre las investigaciones que en ese momento venía realizando la fiscalía por la presunta comisión del delito de cohecho, en relación con los préstamos que el Sr. Oscorima habría realizado a la Sra. Boluarte; presuntamente, a cambio del incremento del presupuesto asignado a la región Ayacucho. De acuerdo con la Conductora, las compras realizadas por el Sr. Oscorima -usualmente entregadas el mismo día en Palacio, de acuerdo con la tesis sobre el *modus operandi*- habrían incluido vestidos de la Tienda *Luigi Donna*, cuya dueña es la Sra. Zoila Quintanilla Muñoz.

Al respecto, la Conductora señala que tal como se haría en cualquier investigación periodística del mundo, el equipo del programa se acercó a la Tienda a preguntarle sobre prendas de mujer compradas por el Sr. Oscorima. Seguidamente, la Conductora señala que la Accionante les envió una Carta Notarial que en su opinión es amenazante y totalmente fuera de lugar. La carta pretendería evitar que el equipo del programa propale información relevante de interés nacional. En relación con las respuestas dadas por la Accionante cuando se le entrevistó, la Conductora las calificó de vergonzosas. Señaló que esa es la opinión de *Panorama*, y que consideran enviar en algún momento la carta de la Accionante a las instituciones que protegen la labor periodística (que no es solo para los periodistas).

⁶² *ibid*, 167

⁶³ *ibid*, 178

⁶⁴ *ibid*, 164

Finalmente, la Conductora agregó: *“Y, por supuesto, a tomarse una manzanilla, que nosotros de todas maneras seguiremos informando sobre este caso, que parece ser una cajita de Pandora”*.

La segunda edición quejada de *Panorama* se emitió el día 10 de noviembre de 2024. Se trata de un reportaje titulado *“Oscorima compró vestidos el mismo día que visitó palacio”*, que inicia con imágenes del Sr. Oscorima respondiendo preguntas de un grupo de periodistas. El Sr. Oscorima desacredita las acusaciones y dichos del Sr. Henry Shimabukuro, niega todo sobre lo cual se le acusa y, deriva cualquier consulta a su abogado.

A continuación la Jefa de la Unidad de Investigación de Panamericana, Sra. Karla Ramírez, se encuentra presente en el set y es entrevistada. Según señala, el Sr. Oscorima compró vestidos para mujeres en una *“boutique exclusiva de Santiago de Surco, Chacarilla”*, hecho que fue confirmado por una fuente *“casi directa”* -que no es el Sr. Shimabukuro- que informó sobre esto al Programa en marzo de 2024.

A continuación, se muestran en pantalla distintas Boletas de Venta emitidas el día 21 de febrero de 2023 por la Tienda al Sr. Oscorima, en relación a tres (3) vestidos. Al respecto, se destacó que, según se muestra en el Registro de Visitas de la Presidencia del Consejo de Ministros, el Sr. Oscorima habría ido a Palacio de Gobierno. La entrevistada llamó la atención sobre la coincidencia de fechas, y cómo pasó algo similar en el caso de los Rolex (una investigación fiscal en progreso). Seguidamente, la Sra. Ramírez señaló que consultaron al abogado del Sr. Oscorima sobre la compra de los vestidos y su ingreso a Palacio, pero que no encontraron respuesta alguna de su parte.

La Conductora resume a continuación la información: El Sr. Oscorima compró tres vestidos por \$700 en Chacarilla, y al poco tiempo fue a Palacio ingresando por PCM. Al respecto, se pregunta: ¿Para quién, entonces, compró estos vestidos de marca italiana el *wayki* de la Presidenta Dina Boluarte? La entrevistada señala que la fuente señaló que los vestidos eran para una *“gran dama”*, y que en razón a ello indagaron si los vestidos eran para la Sra. Boluarte, hecho que habría sido negado por el Palacio de Gobierno.

Acto seguido, la Sra. Ramírez señala que lo importante son los hechos: Una boleta de varias, un ingreso a la PCM (que colinda con el Palacio de Gobierno), y una coincidencia con el método de entrega de los Rolex. Sobre esto último, la Conductora recuerda que la Sra. Boluarte dijo primero que los relojes los había comprado ella, para luego cambiar de versión y reconocer finalmente que estos artículos le habían sido entregados por el Sr. Oscorima. La entrevistada destaca que la negación parece ser siempre la primera respuesta de Palacio de Gobierno, y que el equipo periodístico continuará con su investigación propia.

Sobre el Interés Público de la materia tratada en los Programas

Conforme lo señala la norma, el ejercicio válido de la libertad de informar presupone que la información sea veraz y de interés público, por ser éstos sus límites internos.

En referencia a la veracidad, la Accionante ha cuestionado una serie de detalles contenidos en los Programas. En primer lugar, que *Panorama* no indicó a qué vestido se refería. En segundo lugar, que los Programas no explican cómo es que la adquisición de los vestidos por parte del Sr. Oscorima o la relación que ello pueda tener con la Sra. Boluarte, constituye un asunto de interés público. Y, en tercer lugar, que *Panorama* no tiene cómo acreditar que los vestidos fueron entregados a la Sra. Boluarte como un regalo, ni tampoco cómo probar que el Sr. Oscorima podría habérselos entregado.

Respecto del primer argumento, la Comisión considera que el Reportaje es claro en cuanto a qué vestidos se refiere. Como lo evidencian las imágenes, la Boleta de Venta que se exhibió en pantalla detalla la adquisición de tres vestidos por parte del Sr. Oscorima.

Respecto de la segunda crítica, la Comisión considera que el asunto o materia que informada en los Programas es, en efecto, un asunto de interés público. Conforme lo reconoce la norma, existe una expectativa mundialmente reconocida de que los medios de comunicación que se dediquen a la información de asuntos noticiosos fiscalicen el correcto ejercicio del poder por parte de los gobernantes. En este sentido, la Comisión encuentra plenamente justificado que se informe a la población sobre investigaciones fiscales y periodísticas que se encuentren en progreso respecto de la presunta comisión de actos ilícitos por parte de personas públicas como lo pueden ser el Presidente de la República o un Gobernador Regional.

En el presente caso, es evidente que la denuncia periodística no solo apunta a criticar la falta de claridad respecto de las respuestas brindadas por el Sr. Oscorima y la Sra. Boluarte; sino también profundizar sobre las declaraciones que dio el Sr. Shimabukuro al Congreso de la República con anterioridad a la emisión de los Programas⁶⁵. Habiendo este último señalado que el Sr. Oscorima le habría regalado también vestidos de lujo a la Sra. Boluarte, resulta predecible y razonable que la prensa realice averiguaciones al respecto a fin de contrastar su dicho. En este caso, *Panorama* terminó por acceder a un comprobante de pago que acredita una compra efectuada por el Sr. Oscorima en la Tienda por tres vestidos, y además, basados en el registro de visitas de la PCM, el medio formuló la conjetura de que éste último podría haber entregado estas prendas a la Sra. Boluarte el mismo día que las adquirió.

Considerando lo señalado, la Comisión considera que el medio evidenció la actitud diligente que requiere el estándar constitucional de veracidad, toda vez que contrastó diversas fuentes a fin de informar sobre un asunto que a todas luces es de interés público, no solo por involucrar directamente a dos funcionarios públicos de alto rango en la jerarquía de poderes del Estado como los son la Presidenta del Perú y el Gobernador de Ayacucho, sino también porque se relaciona con la

⁶⁵ Camila Calderón, "Wilfredo Oscorima se pronunció por vestidos de Dina Boluarte y minimizó declaraciones de Henry Shimabukuro: "A ese no le cree nadie" (*Infobae*, 07 de Noviembre de 2024) <<https://www.infobae.com/peru/2024/11/08/wilfredo-oscorima-se-pronuncio-por-vestidos-de-dina-boluarte-y-minimizo-declaraciones-de-henry-shimabukuro-a-ese-no-le-cree-nadie/>> accedido el 6 de febrero de 2025.

presunta comisión de hechos ilícitos que vienen siendo investigados por las autoridades fiscales.

La Accionante sostiene igualmente que *Panorama* no puede acreditar que los vestidos fueron entregados a la Sra. Boluarte como un regalo, ni tampoco cómo probar que el Sr. Oscorima podría habérselos entregado. En relación con este punto, y conforme ha sido señalado anteriormente, el requisito de veracidad se cumple cuando la información impartida tiene la apariencia de verdadera y es contrastada diligentemente. En el presente caso, la información presentada se sustentó en documentos públicos y en el dicho de sus protagonistas, todos ellos personajes públicos o vinculados a la política nacional. Por tanto, la Comisión no considera que Panamericana haya infringido el estándar de veracidad exigido por la norma, en particular, cuando la Accionante ha reconocido que el Sr. Oscorima como un “cliente ocasional” de la Tienda.

Sobre la carencia de interés público en la figura de la Accionante

Conforme ha sido señalado líneas arriba, los sujetos se vuelven un asunto de interés público en sí en función a su carácter público, a la notoriedad que activamente hayan ganado, o por la publicidad que les haya sido impuesta por las circunstancias.

En el presente caso, el Sr. Oscorima y la Sra. Boluarte son ciertamente personas públicas, y lo mismo podría decirse del Sr. Shimabukuro; ninguno de los cuales es parte del presente procedimiento. La queja ha sido interpuesta por la Accionante, dado que esta considera que su nombre y su imagen en el contexto de los Programas no era del interés del público. En relación con este extremo, la Comisión coincide -en parte- con ella.

En primer lugar, porque conforme ha sido reconocido por la doctrina, la comunicación de la identidad de un sujeto puede resultar necesaria cuando sirva al propósito que la opinión pública comprenda la noticia. A criterio de la Comisión, el dato relativo a quién es la persona que es dueña de la tienda de la cual provienen los vestidos que habrían sido obsequiados a la Sra. Boluarte por parte del Sr. Oscorima es totalmente prescindible para la comprensión de la noticia. En este caso, la identificación de la Accionante -que se ha visto involucrada en el hecho noticiable- no aporta mayor veracidad a lo reportado, ni tampoco sirve de indicio para que el público se forme una opinión sobre el tipo de relación que mantienen el Sr. Oscorima y la Sra. Boluarte y, asimismo, sobre la forma en que estos se conducen en el ejercicio de sus deberes como gobernantes. Bastaba con informar que el vestido era un artículo de lujo -si se quiere, equiparable o más valioso que un Rolex- y que el mismo habría sido adquirido en la Tienda. En este sentido, la persona de la Accionante es colateral a la discusión del problema reportado, y por lo tanto, no es digna de ser noticia ni agrega valor a la noticia; no distinguiendo, además, entre el interés público que puede tener un hecho noticiable y el individuo.

No obstante lo señalado, la Comisión no considera que esta información califique como privada o íntima de acuerdo con lo señalado en la ley. El dato relativo a que la Accionante es dueña de la Tienda es información libremente accesible a través del portal de “Consulta RUC” de la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria y Aduanas – SUNAT. Adicionalmente, la Comisión ha podido corroborar

que las redes sociales de la Tienda⁶⁶ usualmente muestran a la Accionante promocionando los vestidos que allí se ofrecen.

Sin perjuicio de lo señalado, en ninguno de los Programas se menciona o se sugiere que la Accionante haya tenido participación en alguna falta, delito o infracción; y, asimismo, tampoco resulta claro de la información proporcionada al público cuál es la participación activa de esta persona en los hechos que son la noticia o cómo es que su identidad es relevante para intentar probar que el Sr. Oscorima no dijo toda la verdad respecto de los bienes que finalmente le habría entregado a la Sra. Boluarte. A diferencia de los funcionarios públicos que son los protagonistas de la noticia, la Accionante no ocupa ningún cargo político ni desempeña una función con el potencial de afectar las vidas de la ciudadanía en general.

De hecho, se trata de una empresaria comerciante de prendas de vestir y accesorios de moda, cuya identidad -a criterio de la Comisión- tiene tanta relevancia sobre el asunto de fondo como la podría tener el nombre o la imagen de la persona que le vendió los Rolex al Sr. Oscorima. Curiosamente, no hace mucho, la identidad del Gerente General de la reconocida joyería *Casa Banquero* se tornó en un dato de interés público porque la Comisión de Fiscalización del Congreso de la República lo citó a declarar como parte de las investigaciones que se seguían por el caso Rolex⁶⁷. Sin embargo, ninguna de las partes ha proporcionado evidencia a esta Comisión de que haya sucedido algo similar respecto de la Accionante.

En este sentido, este órgano decisorio considera que, aunque pueda argumentarse que estaba en el derecho e interés del público saber la identidad de la Accionante, no se trata de información crítica sobre la cual pueda razonablemente considerarse que existe un *deber* de comunicar⁶⁸. Conforme ha sido reconocido por la jurisprudencia y la doctrina, un factor determinante al momento de determinar el peso de la libertad de información es la medida en que la información publicada contribuye al debate en un asunto de interés general⁶⁹. Por tanto, la Comisión no considera que la identidad de la Accionante tenga el potencial de jugar un papel determinante en la formación de la opinión pública libre o el de promover algún tipo de debate en relación con la legalidad o ética de la conducta del Sr. Oscorima y/o la Sra. Boluarte. En el sentido descrito, el dato relativo a quién es la Accionante no tiene utilidad funcional alguna para la comprensión de la noticia.

Sobre la intromisión innecesaria en el derecho a la imagen de la Accionante

En este punto, es menester dejar en claro que la Comisión no considera que Panamericana haya infringido el honor o la intimidad de la Accionante. No podría haberse afectado su honor en cuanto los Programas no propalaron información que pueda ser calificable de denigrante u ofensiva o, que tenga el potencial de mellar el concepto que se tiene de una persona en su círculo social, económico o político⁷⁰.

⁶⁶ @luigidonnaboutique (Instagram, 2025) <<https://www.instagram.com/luigidonnaboutique/?hl=es>> accesado el 07 de febrero de 2025.

⁶⁷ "Gerente de Casa Banquero: No conozco a Wilfredo Oscorima, nunca lo he visto" (*Gestión*, Política, 10 de Abril de 2024) <<https://gestion.pe/peru/politica/caso-rolex-gerente-de-casa-banquero-no-conozco-a-wilfredo-oscorima-dina-boluarte-congreso-de-la-republica-noticia/>> accesado el 7 de febrero de 2025

⁶⁸ Tim Crook, *The UK Media Law Pocketbook* (2da Ed, Routledge 2023) 112

⁶⁹ Tribunal Europeo de Derechos Humanos, caso *Von Hannover v Germany*, App No 59320/00 (2005) 40 EHRR I.

⁷⁰ De Carreras (n 16) 160

La Accionante ha señalado que la invitación a “tomar una manzanilla” y la calificación de “vergonzosas” que se aplicó a sus respuestas lesionaron su honor, sin embargo, la Comisión no considera que estos enunciados tengan un potencial difamatorio o injurioso serio. A criterio de la Comisión, estas expresiones constituyen opiniones de la Conductora y no son excesivas en cuanto no se emplearon palabras ni gestos ni *innuendo* alguno que pueda ser calificado de insultante o como una ofensa innecesaria para el debate y la exposición de ideas.

En sentido similar, Panamericana tampoco reveló información genuinamente privada cuya divulgación pueda ser razonablemente considerada como una intromisión en la reserva personal de la Accionante; como por ejemplo, lo habría sido incluir información sobre el estado de su salud, sexualidad u otros asuntos tradicionalmente considerados como privados⁷¹. No obstante lo señalado, la Comisión sí considera que los Programas infringieron el derecho a la propia imagen de la Accionante por una serie de razones.

La primera de ellas es que la constitución reconoce que las personas tienen el derecho a decidir sobre la difusión de su imagen física. A diferencia de las personas públicas o notorias, las personas privadas tienen la máxima intensidad de protección sobre este derecho la propia imagen, y por este motivo es que el punto de partida es normalmente se requiere su consentimiento; a menos que, como ha sido visto, su identidad adquiera interés público. En este sentido, la Comisión ya ha sido clara en que la inclusión de la persona de la Accionante en los Programas no puede ser entendida como una decisión de la cual dependa la correcta comunicación de la noticia; y, por lo tanto, la inclusión de las fotografías y videos de la Accionante no justifica la intromisión en su derecho a la imagen.

En segundo lugar, aún frente al argumento de que la Accionante es una persona notoria porque se muestra regularmente en las redes sociales de la Tienda, el ámbito de protección los derechos de la personalidad se delimitan por el ámbito que cada persona decide mantener reservado para sí misma o para su familia. En el presente caso, Panamericana no ha presentado evidencia de que la Accionante haya aparecido antes en televisión de señal abierta, o que haya postulado a un cargo político o función administrativa de la cual pueda colegirse que haya renunciado de alguna forma a su derecho a permanecer fuera de la mirada pública⁷². En pocas palabras, el hecho que una persona cuente con perfiles de redes sociales no necesariamente la convierte en una figura pública o notoria.

Finalmente, en tercer lugar, debe considerarse que Panamericana no ha refutado el dicho de la Accionante respecto de que fue grabada sin su consentimiento. Por su parte, la Accionante tampoco ha proporcionado evidencia de que los periodistas hayan irrumpido en su Tienda y que hayan insistido en entrevistarla a pesar de que les pidió que se retiraran. Lo cierto es que dichas imágenes ni los audios fueron utilizados en los Programas porque Panamericana tomó discrecionalmente la decisión editorial de no incluirlos en la noticia.

Sin embargo, Panamericana sí tomó la decisión editorial de dar lectura a la Carta Notarial de la Accionante durante la emisión del primer Programa. Según lo

⁷¹ Messenger (n 22) 70

⁷² De Carreras (n 16) 160-161

sugieren los descargos de Panamericana, la Conductora ejerció su derecho a la opinión cuando reseñó el pedido contenido en la Carta de la Accionante, a quien se identificó *“con su nombre y apellido, tal y como lo coloca en la carta que nos remite”*. La Comisión no considera que este argumento valde de forma alguna la comunicación de la identidad de la Accionante en el contexto de la noticia, toda vez que ésta última no solo no pidió que se leyera la carta al aire, sino también porque el medio no tenía ninguna obligación legal de leerla para conocimiento del público. Además, esta excusa carece de sentido porque se volvió a mencionar y mostrar a la Accionante unos días después en el segundo Programa.

En conclusión, la Comisión considera que Panamericana ha infringido el principio general de defensa de la persona humana y el respeto a su dignidad consagrado en el inciso a) del artículo 3 del Código de Ética.

4. RESOLUCIÓN:

En atención a los argumentos expuestos en la presente Resolución, y de conformidad con lo dispuesto por la LRTV, el Código de Ética y el Pacto de Autorregulación, **la Comisión HA RESUELTO:**

- **PRIMERO:** Declarar **FUNDADA** la queja interpuesta por la Sra. Zoila Quintanilla Muñoz en contra de Panamericana por los reportajes del programa *Panorama* titulados “Oscorima comprando vestidos” y “Oscorima compró finos vestidos el mismo día que visitó palacio”, emitidos los días 27 de octubre de 2024 y 10 de noviembre de 2024 respectivamente.
- **SEGUNDO:** Imponer una sanción en forma de **amonestación** a Panamericana.

Con la intervención de las integrantes de la Comisión: Gisella Benavente Miranda, Rocío Calderón Lizárraga, Marisol Castañeda Menacho, Betzabé Marciani Burgos y Jessica Vásquez Turkowsky.



Gino Genaro Solano Gutiérrez
SECRETARIO TÉCNICO DE LA COMISIÓN DE ÉTICA
SOCIEDAD NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN