



**ACUERDO 64/2015 de 6 de mayo, del Pleno
del Consejo del Audiovisual de Cataluña**

Sobre las menciones a un restaurante chino en el programa *La tribu de Catalunya Ràdio*, emitido el día 10 de octubre de 2014

Hechos

1º. El 13 de octubre de 2014 se registró, en el Consejo del Audiovisual de Cataluña, una queja (referencia Q63/14) sobre el programa *La tribu de Catalunya Ràdio*, emitido el 10 de octubre de 2014, por el prestador de servicios de comunicación audiovisual Corporación Catalana de Medios Audiovisuales, en la que se hace referencia a un restaurante chino de Barcelona. La persona reclamante manifiesta que:

- Se concreta la localización del restaurante.
- Se califica al restaurante como el peor de Barcelona según comentarios de internet no probados.
- Se manipula la conversación mantenida entre un miembro del equipo del programa y un interlocutor del restaurante que no domina la lengua.

La queja consideraba que estos hechos podían fomentar los tópicos racistas y conllevar perjuicios "morales y económicos" para este establecimiento chino de Barcelona y para el resto de comercios chinos de la ciudad de Barcelona.

2º. El Área de Contenidos de este Consejo, mediante el Informe i59/2014, de 3 de diciembre, analizó los contenidos de la emisión objeto de la queja y concluyó estableciendo lo siguiente:

- El fragmento objeto de queja forma parte de una sección de humor a cargo del equipo del programa *APM?* (Xavi Cazorla y Jordi Asturgó) dentro del magacín de infoentretenimiento *La tribu de Catalunya Ràdio*. En esta sección confluyen factores comunes en los espacios de humor: el uso de términos coloquiales en el lenguaje y un uso humorístico de la ironía.
- La pieza analizada trata tres restaurantes de manera similar (con una llamada telefónica de tono humorístico), uno de ellos es un restaurante chino. Xavi Cazorla incluye una referencia genérica a los restaurantes chinos de la que no se puede deducir un reforzamiento de estereotipos negativos de estos restaurantes ni, por extensión, de la comunidad china.
- No se especifica el nombre ni la dirección concreta del establecimiento aunque se indica que está "al lado de La Rambla y del Liceo".
- En la conversación telefónica entre el miembro del equipo de *APM?*, Xavi Cazorla, y un interlocutor del restaurante con una falta evidente de dominio de la lengua castellana (frases incorrectas gramaticalmente o ininteligibles, uso frecuente de monosílabos y falta de reconocimiento del humor y la ironía). El colaborador aprovecha la falta de dominio de la lengua de la otra persona para crear equívocos negativos para el establecimiento e inducir a determinadas respuestas. No se informa en ningún momento del origen de la llamada, ni que se emite por antenna.



3°. A efectos de constatar las circunstancias de este caso, el Consejo de conformidad con el artículo 69.2 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, y mediante el Acuerdo 10/2015, de 14 de enero, abrió un periodo de información previa, por un plazo máximo de un mes, con el fin de averiguar las circunstancias concretas que concurrieron en la emisión del programa *La tribu de Catalunya Ràdio* emitido, por el prestador de servicios de comunicación audiovisual Corporación Catalana de Medios Audiovisuales, el 10 de octubre de 2014.

4°. Dentro del plazo otorgado, mediante oficio con fecha de 26 de enero, el director de Catalunya Ràdio, Sr. Félix Riera, respondió al requerimiento de este Consejo. En síntesis, el prestador comunica lo siguiente:

- La sección de *APM?*, que se emite cada tarde en el programa radiofónico *La tribu de Catalunya Ràdio*, es un espacio de humor y, en la emisión del 10 de octubre, entre otros temas, con motivo de la distinción al restaurante El Celler de Can Roca como uno de los mejores restaurantes del mundo, se buscaron los peores restaurantes del mundo, también los de España y Cataluña, según la conocida web de referencia de viajes *TripAdvisor*.
- En ningún caso se han manipulado los comentarios y opiniones que han dejado los usuarios de esta web de viajes.
- El programa ha seguido en todo momento lo establecido en el *Libro de estilo* de la CCMA sobre "grabaciones ocultas".
- En ningún caso se manipula la conversación aprovechando el desconocimiento de la lengua por parte de la otra persona, simplemente se intenta jugar con el recurso humorístico de mostrar la dificultad de mantener una conversación entre dos personas cuando una de las partes no domina la lengua.
- No existe la pretensión de fomentar tópicos racistas, ni comportar un perjuicio moral y económico para el restaurante chino.
- En ningún momento se especifica el nombre del restaurante.

5°. Visto el informe del Área Jurídica de este Consejo, las consideraciones se reproducen íntegramente:

«Consideraciones jurídicas

Primera.- Objeto y contexto del programa *La tribu de Catalunya Ràdio*

De acuerdo con el Informe i59/2014, de 3 de diciembre de 2014, del Área de Contenidos del Consejo, el programa *La tribu de Catalunya Ràdio* es un magacín con contenidos informativos y de entretenimiento que se emite, de lunes a viernes, de 16:00 a 19:00h. En el transcurso de este programa, correspondiente al día 10 de octubre de 2014, previamente al inicio de la llamada telefónica objeto de reclamación, el conductor del programa, Sr. Xavi Rosiñol, explica que El Celler de Can Roca es el mejor restaurante del mundo según la página web *TripAdvisor*, a continuación, da paso a la "investigación" del equipo de *APM?*.

En esta sección, conducida por el equipo de *APM?*, se comenta en clave de humor cuáles serían los peores restaurantes de España y Cataluña según la página web citada. Xavi Cazorla se refiere a un restaurante de las Islas Baleares (al que llama y pregunta a su





interlocutor si realmente los camareros huelen a sudor); en un restaurante del Vallés Oriental (llama y pone música del Dúo Dinámico, sin decir nada, dado que un comentario de *TripAdvisor* se quejaba del volumen de la música) y también llama a un restaurante chino de Barcelona, sobre el que versa la queja.

Se trata de una sección de humor, tal y como se desprende de los siguientes elementos:

- a) El lenguaje utilizado incluye términos coloquiales (*me rompan la cara, te dan de hostias*) habituales en espacios que se basan en el humor.
- b) Se emplea la ironía como recurso humorístico (*¿Qué es [la cerveza], esferificada o es que la chapa de la botella la quita el Ferran Adrià con el ojo?*).
- c) Los conductores de esta sección son los miembros del equipo de *APM?*, Xavi Cazorla y Jordi Asturgó, un programa de humor con una versión televisiva en TV3.

Segunda.- Los límites de la libertad de expresión en los programas de humor

El artículo 20.1 de la CE reconoce y protege como derecho fundamental "expresar y difundir libremente pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción" (letra a), y "a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de comunicación" (letra d). Asimismo, el apartado 4 del mismo artículo establece, como límite a estas libertades, el respeto al derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen.

En el ámbito audiovisual, el artículo 4 de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (LGCA), y el artículo 3 de la Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la Comunicación Audiovisual de Cataluña (LCA), garantizan el ejercicio legítimo de los derechos fundamentales a la libertad de expresión y de información en el marco de la comunicación audiovisual. Asimismo, el artículo 80.d) de la LCA determina que, en el marco del ejercicio legítimo de los derechos fundamentales de libertad de expresión y de información, la realización de actividades de comunicación audiovisual debe respetar los derechos de las personas reconocidas por la Constitución Española, de modo particular los derechos fundamentales al honor, a la intimidad y a la propia imagen.

En este sentido, de acuerdo con lo establecido en el artículo 8 de la propia Ley, la limitación en la prestación de servicios de comunicación audiovisual, en especial en lo relativo al derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen, "se aplica tanto a los sujetos individuales como a los grupos sociales dotados o no de personalidad".

El derecho constitucional a la libertad de expresión, con un campo de acción más amplio que la libertad de información tiene, como decíamos, el límite en una eventual intromisión ilegítima al derecho al honor, a la intimidad o a la propia imagen.

Hay que advertir, como ya determina el TS, por todas, en las Sentencias de 26 de febrero de 2009 y 31 de marzo de 2010 que "[...] Los derechos al honor, a la intimidad y a la imagen son tres derechos distintos y no solo un derecho trifonte [...] sin que quepa mezclarlos ni confundirlos [...]". O como declaró el mismo tribunal en la Sentencia de 16 de enero de 2009 "[...] se trata de derechos que tienen en nuestro ordenamiento sustantividad y contenido propio de modo que ninguno queda subsumido en el otro, como si fuera una manifestación concreta de él [...]".



Dado que no forma parte del objeto de debate, dirimir una posible vulneración o no de la intimidad personal y familiar y la propia imagen, hay que centrar el análisis que nos ocupa en la eventual vulneración del derecho al honor, entendido, en expresión del TS, entre otras, en las Sentencias de 11 de febrero de 2008 y 10 de octubre de 2011 "[...] como un derecho derivado directamente de la dignidad humana, que se refleja tanto en la consideración que de la misma tengan los demás, como en el sentimiento de consideración propia de esta persona [...]".

En definitiva, el derecho al honor protege frente a atentados a la reputación personal, entendida como la apreciación que los demás pueden tener de una persona, con independencia de sus deseos, impidiendo como ha señalado la STC 216/2006, de 3 de julio "[...] la difusión de expresiones o mensajes insultantes, insidias infamantes o vejaciones que provoquen objetivamente el descrédito de aquella [...]".

En términos generales, cabe señalar que a pesar de que, tanto las previsiones constitucionales como las de la LOPH califican el derecho al honor como un valor que debe referirse a personas físicas individualmente consideradas, el derecho a la propia estimación o el buen nombre o reputación, detiene una visión más amplia.

A efectos del supuesto concreto que se informa, dado el contenido humorístico del programa, hay que hacer especial referencia a la jurisprudencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos (TEDH), que ha definido el tratamiento humorístico como "una forma de expresión artística y crítica social que con un contenido inherente de exageración y distorsión de la realidad persigue, naturalmente, la provocación y la agitación" (SSTEDH Vereinigung Bildenden Künstler c. Austria, de 25 de enero de 2007 y Alves da Silva c. Portugal, de 20 de octubre de 2009). Es por ello, que a propósito de la consideración pública protegible, y por tanto, de la apreciación de su eventual influencia en el prestigio profesional, la jurisprudencia ha venido exigiendo, también que: "[...] el ataque revista un cierto grado de intensidad para que pueda apreciarse una transgresión del derecho fundamental [...]" (por todas, SSTS de 11 de febrero de 2009 y de 29 de noviembre de 2010).

Tercera.- Análisis de los comentarios emitidos sobre un restaurante chino de Barcelona

La queja presentada en relación a los comentarios emitidos en el programa, se fundamenta en los dos siguientes aspectos: a) en los perjuicios morales y económicos que hayan podido producir las alusiones al restaurante chino en el programa *La tribu de Catalunya Ràdio*; y b) por extensión, los eventuales perjuicios que esta emisión puede ocasionar al colectivo de la comunidad china.

En efecto, un negocio que desarrolla una actividad económica, como lo es un restaurante, puede ver lesionado su derecho, mediante la divulgación de hechos concernientes a su actividad cuando se la haga desmerecer en la consideración ajena. En estos casos, no es necesario probar la existencia de daño patrimonial en sus intereses, sino que basta con constatar que haya una intromisión en el honor o en el prestigio profesional de la entidad y que ésta no sea legítima (STC 139/1995, de 26 de septiembre).

En este aspecto, el informe del Área de Contenidos determina, en relación a las menciones a un restaurante chino en el programa *La Tribu de Catalunya Ràdio*, emitido el





día 10 de octubre de 2014, que el colaborador del programa, Sr. Xavi Cazorla, expone que, según los comentarios de la página web *TripAdvisor*, es "el peor restaurante, en Barcelona" y, seguidamente, procede a leer un fragmento "literal" extraído de este portal:

"[...] Es un local mafioso, en el que te sientes vigilado. La cena asquerosa y muy cara. Nos quejamos del precio y nos echaron del local diciendo: fuera, españoles de mierda! [sic] Y, en la salida, nos asaltaron tres chinos que hirieron a mi marido en la cara, en el pecho y en la mano [...]".

Además, se incluye una conversación telefónica en la que aprovecha la falta de dominio de la lengua del interlocutor del restaurante chino, que se expresa básicamente mediante frases incorrectas gramaticalmente, o ininteligibles, así como en el uso de monosílabos, lo que constata la falta de reconocimiento del humor y la ironía, que se utiliza para crear equívocos negativos para el establecimiento e inducir a determinadas respuestas.

A propósito de la noticia sobre que el restaurante El Cellar de Can Roca había dejado de ser calificado como el mejor del mundo, y había pasado a ser el segundo, uno de los colaboradores del programa, el Sr. Xavi Cazorla, indaga en sentido contrario, en la conocida web de viajes *TripAdvisor*, los restaurantes que tenían una calificación desfavorable por parte de los clientes que habían dejado su opinión gastronómica.

El informe de Contenidos pone de relieve el *animus jocandi* de la sección APM?, los efectos de llevar al absurdo una conversación en la que confluyen factores comunes en los espacios de humor, como son el uso de términos coloquiales en el lenguaje y un uso humorístico de la ironía, en la que destacan los siguientes fragmentos:

- **Xavi Cazorla:** Mira, es que quería venir a comer pero es que he visto en internet que no es muy buen sitio.
Interlocutor: No, no, no, internet no. Internet aquí sí, restaurante ahí sí.
- **Xavi Cazorla:** He visto en internet que si te echan del local te esperan fuera y te dan de hostias.
Interlocutor: Ya.
[...]
Xavi Cazorla: Ha dicho que sí. Lo ha dicho él, ¿eh? Lo ha dicho él.
- Diez euros, ¡ah! ¿qué es [la cerveza], esferificada o es que la chapa de la botella se la quita el Ferran Adrià con el ojo?
- **Xavi Cazorla:** He visto en internet que si te echan del local te esperan fuera y te dan de hostias.
Interlocutor: Ya.
Xavi Cazorla: Ah, esto es que sí.

En el análisis de estos comentarios, hay que entender que, si bien las expresiones objeto de la reclamación no pueden considerarse estrictamente ofensivas en el contexto del programa de humor en el que se producen, sí pueden molestar o disgustar a quien las recibe; al mismo tiempo, hay que poner de manifiesto, la falta de idoneidad de este tipo de broma a una persona que no domina el idioma, observación que hay que circunscribir en el terreno de la subjetividad del buen o mal gusto, y que queda ajena al ámbito estrictamente jurídico.



Asimismo, el informe de Contenidos también expone que no se especifica ni el nombre ni la dirección concreta del establecimiento, no obstante, se indica que su localización está "muy cerca de la Rambla, y del Liceo", consideraciones que por su falta de concreción no resultan suficientes para identificar de forma clara, precisa y cognoscible al restaurante chino aunque se hace referencia al comentario concreto de la web *TripAdvisor*. Esta descripción queda *extramuros* de los parámetros estándar que ante la falta de concreción en la publicación de datos, puedan suponer una vulneración del artículo 20 de la CE (STC 185/2002, de 14 de octubre)¹.

Estas consideraciones entorno el contexto humorístico del programa, hay que vincularlas al hecho de si se ha producido una clara identificación de la persona receptora de la broma telefónica. En este sentido, resulta ilustrativa la reciente sentencia de la Audiencia Provincial de las Islas Baleares, de 9 de enero de 2015, que señala lo siguiente: "[...] Debe destacarse una vez más [...] que las publicaciones en las que Doña Camila funda su pretensión, no contienen su nombre y apellidos, ya que siempre se refieren a una vecina de Sóller y tampoco existe fotografía de la apelante en las noticias publicadas. Por consiguiente, no se pueden conectar esas noticias respecto de la recurrente con ninguno de los casos previstos en el art. 7, en relación con el art. 2 de la L.O. 1/1.982, de 5 de mayo, de Protección del Derecho al Honor, a la Intimidad y a la Propia Imagen, mucho menos si, como reconoce la propia Sra. Camila en su demanda, hubo de realizar averiguaciones para comprobar si las publicaciones que denuncia se referían a ella y aun cuando algunas personas así se lo hubieran corroborado [...]".

Por otra parte, en cuanto a los perjuicios que los comentarios del Sr. Xavi Cazorla hayan podido ocasionar al colectivo de la comunidad china, cabe señalar que, efectivamente, el reconocimiento al derecho al honor de los grupos sociales dotados o no de personalidad recogido en el artículo 8 de la LCA, disfruta de un claro reconocimiento jurisprudencial (por todas, SSTC 139/1995 de 26 de septiembre, y 183/1995, de 11 de septiembre; y STS 6 de junio de 2003).

Sin embargo, el comentario del Sr. Xavi Cazorla incluye una única referencia genérica a los restaurantes chinos —*Sí, que estoy deseando que llegue la cena de Navidad, que no sufráis que este año la organizo yo, iremos a un chino que conozco que ya verás*—. La expresión utilizada por el colaborador del programa viene desprovista de significación expansiva necesaria, hacia una categoría homogénea y determinada, que eventualmente se pueda ver afectada por perjuicios morales o económicos (a estos efectos, respecto al conjunto de miembros de la comunidad china de Barcelona que desarrollan una actividad comercial).

Cuarta.- Misiones de servicio público y Libro de estilo de la CCMA

La Corporación Catalana de Medios Audiovisuales, S.A. (CCMA) es el prestador del servicio público audiovisual de la Generalitat y Catalunya Ràdio es la denominación

¹ "[...] con los reportajes reseñados fueron desvelados de forma innecesaria aspectos relevantes de la vida personal y privada [...] Al desvelarse de forma indirecta pero inequívoca su identidad (facilitando su edad, su nombre completo, las iniciales de sus apellidos y el número de la calle donde tenía su domicilio habitual), tales datos, como han puesto de relieve los órganos judiciales, permitieron perfectamente a sus vecinos, allegados y conocidos la plena identificación de la víctima, y con ello el conocimiento, con todo lujo de detalles, de un hecho tan gravemente atentatorio para su dignidad personal [...]" y concluye afirmando que: "[...] los datos que el reportaje enjuiciado revela sobre la joven agredida, en la medida en que permiten su completa identificación, exceden de cuanto puede tener trascendencia informativa [...] objeto del trabajo periodístico, y por ello ese contenido concreto de la información no merece la protección constitucional que otorga el art. 20.1 d) CE [...]".





comercial de uno de sus programas (de radio). A tal efecto, tiene asignada, de acuerdo con el artículo 26.2 de la LCA, el cumplimiento de las misiones y los principios de servicio público de comunicación audiovisual de la Generalitat. Asimismo, hay que tener en cuenta que corresponde al CAC, de acuerdo con el artículo 115.c) de la LCA, velar por el cumplimiento de estas misiones de servicio público por parte de los correspondientes prestadores, concretamente por aquellos que conforman la CCMA.

En relación con las misiones antes mencionadas, hay que poner de manifiesto que el artículo 26.1 de la LCA señala que la misión principal del servicio público de comunicación audiovisual de la Generalitat de Cataluña es ofrecer a los ciudadanos de Cataluña un conjunto de contenidos "orientados a la satisfacción de sus necesidades democráticas, sociales, educativas y culturales, garantizando de forma particular el acceso (...) a una oferta de entretenimiento de calidad". A tal efecto, "se deben emplear todos los lenguajes, los formatos y los géneros propios de la comunicación audiovisual que resulten más adecuados en cada caso". Por otra parte, el artículo 26.3 indica como misiones específicas de servicio público: el respeto de los valores y los principios contenidos en la Constitución Española, el Estatuto de Autonomía, el derecho comunitario originario y los tratados internacionales (letra a); la promoción activa de la convivencia cívica, el desarrollo plural y democrático de la sociedad, el conocimiento y el respeto a las diversas opciones y manifestaciones políticas, sociales, lingüísticas, culturales y religiosas presentes en el territorio de Cataluña (letra g); y la definición, la aplicación y el impulso, dentro del espacio catalán de comunicación audiovisual, de un modelo de comunicación basado en la calidad y la exigencia ética y profesional (letra k).

Asimismo, según el Preámbulo del *Libro de estilo* de la CCMA éste "establece el marco editorial, el marco lingüístico y las normas periodísticas y profesionales de los diversos medios que la integran: televisión, radio, internet y otras plataformas". La disposición preliminar B establece que éste "vincula directivos, trabajadores y colaboradores fijos o eventuales de todos los medios de la CCMA (...). Todo el personal lo debe conocer y cumplir (...). La CCMA establece los mecanismos necesarios para garantizar el cumplimiento del *Libro de estilo* en sus medios".

El *Libro de estilo* de la CCMA está formado por una *Guía editorial* y un *Manual de uso* en el que se desarrollan las directrices con el fin de constituir un marco a partir del que se puedan resolver cuestiones deontológicas y relativas a los contenidos.

Al respecto, reproducimos los apartados que inciden en el motivo de la queja:

Guía editorial. Apartado 1.2.1.2. Identificación profesional

Nos identificamos como periodistas de la CCMA cuando pedimos colaboración a la ciudadanía o a las instituciones; explicamos el objetivo informativo que perseguimos y el tratamiento que prevemos dar a la colaboración, y pedimos autorización para difundir las imágenes o declaraciones.

En la elaboración de los contenidos informativos, solo podemos ocultar nuestra identidad profesional atendiendo al interés informativo si revelarla modifica la realidad que queremos mostrar o pone en peligro nuestra integridad física.



En los contenidos de entretenimiento, podemos ocultar la identidad si lo hacemos con respeto a la persona o a la institución que representa.

Guía editorial. Apartado 1.2.1.5. Obtención de material documental.

1.2.1.5.2. Entrevistas y declaraciones

Nos identificamos como profesionales de la CCMA para obtener el permiso explícito o tácito de la persona que queremos entrevistar y la informamos del uso que haremos de sus declaraciones.

1.2.1.5.4. Grabaciones ocultas

En contenidos de entretenimiento, podemos recurrir a este tipo de grabaciones siempre que pidamos permiso para difundir el material a las personas que hemos grabado.

Manual de uso. Apartado 2.1.3.5.2.3. Contenidos de humor

El humor, en todas sus manifestaciones, está presente en la oferta de nuestros medios. Desde el más inocente hasta el más ácido y desde la ironía sutil hasta la parodia o la sátira, el humor, con las diferentes formas que adopta, constituye uno de los ejes de la programación de entretenimiento. La mirada humorística puede ayudar a entender y a interpretar la realidad.

Protegemos la libertad de creación artística en la que se basan los espacios de humor, con los únicos límites que la legalidad establece para la libertad de expresión.

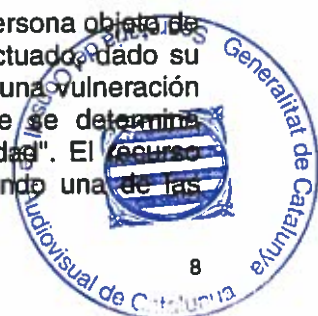
No nos reímos de personas en situación de debilidad.

No utilizamos imágenes de personas en un contexto y con un objetivo claramente diferente del expuesto en el momento de obtenerlas, a menos que la persona afectada consienta.

No elaboramos ni difundimos contenidos humorísticos basados en la vida privada de las personas.

En el periodo de información previa, Catalunya Ràdio, mediante el oficio con fecha de 26 de enero, comunicó al Consejo que "[...] Simplemente se intenta jugar al recurso humorístico de mostrar la dificultad de mantener una conversación cuando una de las partes no domina la lengua. [...]". Esta circunstancia se constata en el mismo informe de Contenidos, que concluye que "[...] el colaborador aprovecha la falta de dominio de la lengua de la otra persona para crear equívocos [...]".

En este sentido, el Consejo considera que la situación de debilidad de la persona objeto de la entrevista en clave de humor resulta evidente de todo el análisis efectuado, dado su manifiesto desconocimiento de la lengua, que puede considerarse como una vulneración del apartado 2.1.3.5.2.3 del *Manual de uso* del *Libro de estilo* donde se determina específicamente "no nos reímos de las personas en situación de debilidad". El recurso humorístico de mostrar la dificultad de mantener una conversación cuando una de las





partes no domina la lengua, a la que se refiere en su escrito la dirección de Catalunya Ràdio, deviene inconveniente desde el momento en que el tema de la conversación versa sobre un comentario negativo en relación a la calidad del servicio de un restaurante concreto en la página web de *TripAdvisor*, dado que el interlocutor está en una situación manifiesta de desconocimiento de la lengua y, por tanto, de debilidad.

En el análisis de las menciones de las que se informa, no concurren los elementos suficientes para identificar a la persona receptora de la broma telefónica, de forma clara y fehaciente. No obstante, y a pesar de las manifestaciones efectuadas por Catalunya Ràdio, se dan elementos para su localización. Se debe recordar a la CCMA que las condiciones en que se efectúan estas emisiones se ajustarán de forma adecuada, a las previsiones del *Libro de estilo* más arriba identificadas, especialmente cuando se refiere a la identificación de los profesionales del medio y a la obtención del permiso para la difusión del material grabado».

Por todo lo expuesto, el Pleno del Consejo del Audiovisual de Cataluña adopta, por unanimidad, el siguiente

ACUERDO

1. Recordar a la CCMA la necesidad de extremar el cuidado en la emisión de contenidos humorísticos, y que estas emisiones deben adecuarse a las previsiones establecidas en el *Libro de estilo*, cuyo cumplimiento es preciso garantizar, especialmente en este caso, en lo que hace referencia a la identificación profesional (*Guía editorial*. Apartado 1.2.1.2), la obtención de material documental (Apartado 1.2.1.5) y el tratamiento de los contenidos de humor (*Instrucciones de uso*. Apartado 2.1.3.5.2.3) en especial cuando la persona objeto del humor pueda estar en situación de debilidad, artículos que en este caso no se han respetado.
2. Notificar este Acuerdo a la CCMA y a la persona que presenta la queja.

Barcelona, 6 de mayo de 2015

Roger Llopachet i Crehuet
Presidente



Daniel Sirera Bellés
Consejo Secretario

