

La tutela del daño reputacional

por Javier López y García de la Serrana
Director

El valor jurídico de la reputación

En la sociedad contemporánea, la reputación y el prestigio se han consolidado como activos de incalculable valor, no solo para las personas físicas en su esfera personal y profesional, sino de manera crucial para las personas jurídicas en el tráfico mercantil. La percepción que la sociedad, los clientes, los proveedores y el mercado en general tienen de una entidad determina en gran medida su éxito, su capacidad de generar confianza y, en última instancia, su viabilidad económica. Un ataque a esta reputación, ya sea a través de informaciones falsas, juicios de valor desmedidos o acusaciones infundadas, puede generar un perjuicio profundo y duradero, conocido como daño reputacional.

Este daño, que se manifiesta como un menoscabo en la fama, el buen nombre o la credibilidad, no es una mera afrenta social, sino un perjuicio con consecuencias jurídicas tangibles. El ordenamiento español, consciente de su im-

portancia, articula un sistema de protección robusto a través de la acción de responsabilidad civil, permitiendo a los perjudicados obtener una reparación integral.

El fundamento de esta protección se encuentra en varias normas clave. De forma general, el artículo 1902 del Código Civil establece la obligación de reparar el daño causado por culpa o negligencia. En el ámbito contractual, el artículo 1101 del mismo cuerpo legal sujeta a indemnización a quienes, en el cumplimiento de sus obligaciones, incurran en dolo o negligencia.

Sin embargo, la tutela más específica y reforzada proviene del reconocimiento del derecho al honor como un derecho fundamental en el artículo 18 de la Constitución Española. Este derecho es desarrollado por la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen. Dicha ley, en su artículo séptimo, define como intromisión ilegítima, entre otras conductas:

“7. La imputación de hechos o la manifestación de juicios de valor a través de acciones o expresiones que de cualquier modo lesionen la dignidad de otra persona, menoscabando su fama o atentando contra su propia estimación.”

El daño reputacional es, en esencia, la materialización de esta intromisión ilegítima, un perjuicio extrapatrimonial que, como veremos, es plenamente indemnizable tanto para personas físicas como jurídicas.

El daño moral en la persona jurídica: más allá del sufrimiento

Históricamente, una de las mayores controversias ha sido si una entidad abstracta como una persona jurídica puede ser titular del derecho al honor y, por consiguiente, sufrir un “daño moral”. La jurisprudencia española ha resuelto esta cuestión de forma afirmativa y consolidada, si bien con importantes matizaciones.

Se parte de la base de que el daño moral no debe entenderse de forma restrictiva como el “precio del dolor” o el sufrimiento psicofísico, sensaciones exclusivas de las personas físicas. En su lugar, la doctrina y la jurisprudencia han adoptado un concepto más amplio, entendiendo el daño moral como todo perjuicio no patrimonial.

Para las personas jurídicas, este daño no se traduce en angustia o preocupación, sino en la afectación de bienes inmateriales esenciales para su existencia y desarrollo. Como señala la jurisprudencia, estos perjuicios se manifiestan en el deterioro de conceptos como la “reputación”, el “prestigio”, la “credibilidad” y la “proyección y aceptación social como empresa”.

La **sentencia del Tribunal Supremo 127/2002, de 20 de febrero**, es un hito en esta materia, al declarar que:

“El daño moral es el infringido a la dignidad, a la estima moral y cabe en las personas jurídicas. (...) A diferencia de los entes físicos en que el daño moral se traduce en sufrimiento, angustia, preocupación, en los entes jurídicos se manifiesta en el prestigio y estima moral en el concepto público”.

Esta línea ha sido confirmada en sentencias posteriores. La **sentencia del Tribunal Supremo 826/2013, de 11 de febrero**, aclara que el derecho al honor de las personas jurídicas debe entenderse en relación con sus fines y su ámbito de actuación, proyectándose sobre un ámbito “externo y funcional”. No se protege un sentimiento interno de dignidad, sino la consideración que los demás tienen de la entidad.

Por tanto, cuando una empresa reclama por daño moral, no lo hace por un “honor” herido en

sentido personalista, sino por un ataque a su prestigio profesional, su credibilidad exterior y su reputación, elementos que, si se ven afectados negativamente, tendrán un impacto directo tanto en lo reputacional como, previsiblemente, en lo económico.

No obstante, la jurisprudencia también ha matizado que la protección del derecho al honor es de menor intensidad cuando su titular es una persona jurídica en comparación con una persona física, como se recoge en la **sentencia del Tribunal Supremo 253/2024, de 26 de febrero**. Esto se debe a que las personas jurídicas, por su naturaleza y su exposición en el tráfico mercantil, deben soportar un mayor nivel de crítica.

La colisión con las libertades de expresión e información

La mayoría de las reclamaciones por daño reputacional surgen de informaciones, opiniones o críticas difundidas públicamente. Esto genera una inevitable colisión entre el derecho al honor del perjudicado (art. 18.1 CE) y las libertades de expresión e información del emisor (art. 20 CE).

La jurisprudencia del Tribunal Constitucional y del Tribunal Supremo ha establecido que, si bien las libertades de expresión e información gozan de una posición prevalente por su función esencial en una sociedad democrática, no son derechos absolutos. Su ejercicio es legítimo siempre que no vulnere otros derechos fundamentales, como el honor. Para resolver este conflicto, los tribunales realizan un juicio de ponderación caso por caso, atendiendo a una serie de criterios consolidados:

1. La veracidad de la información: Este requisito es exigible a la libertad de información (comunicación de hechos), no a la de expresión (emisión de opiniones). La “veracidad” no se entiende como una verdad absoluta e incontrovertible, sino como el resultado de una diligencia razonable y profesional por parte del informador para contrastar los hechos que comunica. Se protege la información diligentemente comprobada, aunque posteriormente pueda resultar ser inexacta. Se niega la protección a la transmisión de meros rumores, invenciones o insinuaciones no verificadas. La sentencia de la Audiencia Provincial de Barcelona, 340/2018, analiza este deber de diligencia en un caso de presunta negligencia médica, concluyendo que el periodista actuó correctamente al basarse en un procedimien-

to penal en curso y en informes forenses existentes en ese momento.

2. La relevancia pública o interés general del asunto: Para que las libertades informativas prevalezcan, la información u opinión debe versar sobre asuntos de interés general, ya sea por la materia tratada (cuestiones políticas, económicas, de salud pública, etc.) o por las personas implicadas (cargos públicos o personas con notoriedad o proyección pública). La crítica a la actividad de una empresa que presta servicios a un gran número de consumidores, como en el caso analizado por la sentencia de la Audiencia Provincial de Barcelona, 372/2019, se considera de interés general.

3. El límite del insulto y la proporcionalidad: La libertad de expresión ampara la crítica, incluso si es dura, desabrida o molesta. Sin embargo, la Constitución no reconoce un “derecho al insulto”. Las expresiones deben mantener una conexión con la crítica que se formula y no pueden consistir en descalificaciones gratuitas, vejaciones o injurias desconectadas del mensaje principal. Como se razona en la sentencia de la Audiencia Provin-

cial de Madrid, 84/2019, la crítica, aunque contundente, no desbordó los límites de la libertad de expresión al no apreciarse un propósito de insultar, sino de denunciar unos hechos considerados irregulares.

Solo cuando una manifestación supera estos límites, se considera una intromisión ilegítima en el derecho al honor, dando lugar a la correspondiente responsabilidad civil.

La acreditación del daño: La presunción de perjuicio y la prueba pericial

Una vez determinada la existencia de una intromisión ilegítima en el derecho al honor, surge la cuestión de la prueba del daño. En este punto, la Ley Orgánica 1/1982 establece una herramienta procesal de vital importancia para el perjudicado. Su artículo noveno, apartado 3, dispone:

“La existencia de perjuicio se presumirá siempre que se acredite la intromisión ilegítima.”

Esta presunción *iuris et de iure* (no admite prueba en contrario) exime al demandante de la



compleja tarea de probar la existencia del daño moral. Acreditada la vulneración del derecho al honor (por ejemplo, la difusión de una noticia falsa y difamatoria), el perjuicio se presume y, con él, el derecho a ser indemnizado. La sentencia de la Audiencia Provincial de Barcelona, 372/2019 reitera esta doctrina al señalar que la persona jurídica “no viene obligada a probar la existencia del daño patrimonial en sus intereses, sino que basta constatar que existe una intromisión en el honor de la entidad y que esta no sea legítima”.

Ahora bien, una cosa es la presunción de la existencia del daño y otra muy distinta es la determinación de su alcance y su cuantificación económica (*quantum* indemnizatorio). Aquí la carga de la prueba sí recae sobre el demandante, quien deberá aportar al proceso los elementos necesarios para que el tribunal pueda valorar la magnitud del perjuicio sufrido.

Para las personas jurídicas, la prueba del daño reputacional a menudo se canaliza a través de los siguientes medios:

- Prueba pericial: Es el medio probatorio por excelencia en estos casos. Un perito experto en valoración de intangibles, comunicación o marketing puede elaborar un informe que analice el impacto de la intromisión en la reputación de la empresa. Este informe puede cuantificar, o al menos ofrecer parámetros objetivos, sobre la pérdida de credibilidad, el daño a la marca, la afectación en la confianza de los *stakeholders* (clientes, inversores, proveedores) y la posible repercusión económica futura.
- Prueba documental: Aportación de noticias de prensa, comentarios en redes sociales, correos electrónicos de clientes o proveedores mostrando su preocupación, informes de caída de ventas, cancelación de contratos, etc., que evidencien el impacto negativo de la intromisión.
- Prueba por inferencias o evidencias (*res ipsa loquitur*): En ciertos casos, la gravedad del hecho causante del daño es tan notoria que el perjuicio reputacional se infiere por sí mismo, sin necesidad de pruebas complejas. Una acusación falsa de un delito grave o de una práctica empresarial manifiestamente ilícita puede considerarse que, por su propia naturaleza, causa un daño evidente a la reputación de cualquier entidad.

La combinación de estos medios probatorios permitirá al juzgador disponer de una base sólida para valorar la extensión del daño y proceder a su cuantificación.

La cuantificación del daño moral: Criterios para valorar lo invaluable

La fijación de la cuantía de la indemnización por daño moral es una de las tareas más complejas para los tribunales, dado que se trata de compensar económicamente un perjuicio de naturaleza extrapatrimonial. No existen baremos legales, por lo que la valoración se deja a la “discrecionalidad motivada del tribunal”.

El artículo noveno de la Ley Orgánica 1/1982 establece que la indemnización “se valorará atendiendo a las circunstancias del caso y a la gravedad de la lesión efectivamente producida, para lo que se tendrá en cuenta, en su caso, la difusión o audiencia del medio a través del que se haya producido”.

La jurisprudencia del Tribunal Supremo ha ido perfilando una serie de criterios orientativos que los jueces deben ponderar para fijar el *quantum* indemnizatorio, aplicables tanto a personas físicas como, con las debidas adaptaciones, a personas jurídicas. Basándonos en la documentación aportada, los principales criterios son:

1. El alcance y difusión de la intromisión: No es lo mismo una ofensa proferida en un círculo privado que una noticia publicada en un medio de comunicación de alcance nacional o viralizada en redes sociales. Se valora la audiencia potencial y real del medio, el número de veces que se ha compartido, el tiempo que la información ha permanecido accesible y su posicionamiento en buscadores de internet. El “efecto multiplicador” de las redes sociales, mencionado en la documentación, es un factor clave que agrava el daño y, por tanto, puede incrementar la indemnización.
2. La gravedad del hecho antijurídico y la entidad de las expresiones: Se pondera la naturaleza de las imputaciones. Las acusaciones de delitos, de falta de probidad profesional o de conductas socialmente reprobables se consideran de mayor gravedad que las críticas sobre la calidad de un producto o servicio. La utilización de un lenguaje vejatorio, insultante o insidioso también se considera un factor agravante.



3. La duración en el tiempo del daño: Se tiene en cuenta la persistencia de la afectación. Una noticia que permanece accesible en internet durante años genera un perjuicio continuado que debe ser compensado de forma más elevada que una ofensa puntual y rápidamente retirada o rectificada.

4. Las circunstancias del perjudicado: En el caso de una persona jurídica, se valora su prestigio previo, su sector de actividad, su tamaño y su vulnerabilidad. Una empresa con una reputación consolidada puede sufrir un daño mayor por el contraste con su imagen previa, pero a la vez puede tener más recursos para mitigar el impacto.

La valoración final será el resultado de una ponderación conjunta de todos estos factores, buscando una compensación que, sin enriquecer injustamente al perjudicado, sea equitativa y cumpla una función tanto reparadora como disuasoria.

Medidas de Reparación

La tutela judicial frente al daño reputacional no se limita a una compensación económica. El objetivo principal es la reparación integral del perjuicio, lo que incluye medidas destinadas a restaurar, en la medida de lo posible, el buen nombre del afectado. El artículo noveno de la Ley Orgánica 1/1982 contempla un abanico de medidas que el tribunal puede adoptar:

- El restablecimiento del perjudicado en el pleno disfrute de sus derechos: Esto incluye la declaración judicial de la existencia de la intromisión ilegítima y el cese inmediato de la misma (por ejemplo, ordenando la retirada de un artículo de una página web).
- La publicación de la sentencia: La ley prevé la publicación, total o parcial, de la sentencia condenatoria a costa del condenado, con al menos la misma difusión pública que tuvo la intromisión. Esta medida tiene un gran poder reparador, ya que comunica a la misma audiencia que recibió la información lesiva la verdad judicial sobre los hechos.
- La indemnización de los daños y perjuicios causados: Abarca tanto el daño moral (presumido por la ley) como los posibles daños patrimoniales que se hayan podido acreditar (pérdida de contratos, disminución de ventas, etc.).
- La apropiación del lucro obtenido: Si el infractor obtuvo un beneficio económico con la intromisión ilegítima (por ejemplo, por la venta de ejemplares de una publicación), el perjudicado puede tener derecho a apropiarse de dicho lucro.

La reputación como bien jurídico en constante evolución

El análisis de la responsabilidad civil por daño reputacional en el ordenamiento jurídico español

revela un campo dinámico, cuya relevancia ha crecido exponencialmente en paralelo a la evolución social y tecnológica. La protección del honor, consagrada en el artículo 18 de la Constitución Española, ha demostrado ser un concepto flexible y adaptable, capaz de trascender la noción personalísima del sufrimiento o la zozobra para amparar bienes inmateriales de carácter objetivo, como son el prestigio profesional, la credibilidad empresarial y la reputación corporativa.

Una de las conclusiones es el papel fundamental que ha desempeñado la jurisprudencia, especialmente la del Tribunal Supremo, en la configuración de este derecho para las personas jurídicas. Como se desprende de los documentos analizados, los tribunales han superado la concepción restrictiva que limitaba el daño moral a las personas físicas. Han construido una doctrina sólida que reconoce que, si bien una empresa no “sufre” en términos humanos, sí padece un perjuicio real y evaluable cuando su buen nombre, su credibilidad ante clientes, proveedores y la sociedad en general se ve menoscabado. La jurisprudencia ha consolidado que el “honor” de una persona jurídica se manifiesta en su “prestigio”, “reputación” y “proyección exterior”, elementos que constituyen un activo de incalculable valor en el tráfico mercantil actual, tal y como se refleja en la jurisprudencia del Tribunal Supremo.

En esta línea evolutiva de la jurisprudencia, resulta de especial relevancia la reciente **sentencia del Tribunal Supremo 1363/2025, de 29 de octubre**, en la que se aborda la compleja cuestión del daño reputacional derivado de la publicación de sanciones administrativas en el Boletín Oficial del Estado (BOE) cuando estas aún no son firmes judicialmente. La sentencia establece una doctrina crucial al interpretar el artículo 115.5 de la Ley 10/2014 en consonancia con la Directiva europea 2013/36. El Tribunal Supremo concluye que, si bien la publicación de una sanción recurrida puede causar un daño “irreversible” por su difusión, no es necesariamente “irreparable” desde una perspectiva jurídica. Para mitigar este perjuicio y garantizar una información veraz, se establece como medida cautelar que la publicación en el BOE debe incluir expresamente la indicación de que la sanción ha sido recurrida judicialmente y, por tanto, no es firme. Este pronunciamiento refleja un sofisticado ejercicio de ponderación entre el interés público en la transparencia de los mercados financieros y la protección del derecho al honor y la tutela judicial efectiva del sancionado, adaptando la protección de la reputación a las particularidades del entorno digital y la permanencia de la información en fuentes oficiales.

Otro punto crucial es la dificultad inherente a la prueba y cuantificación del daño moral, un desafío que el sistema legal ha abordado con pragmatismo. La Ley Orgánica del derecho al honor, la intimidad personal, familiar y a la propia imagen, en su artículo noveno, establece una presunción de perjuicio siempre que se acredite la intromisión ilegítima, aliviando la carga probatoria del perjudicado. A partir de ahí, la determinación del *quantum* indemnizatorio se confía a la “discrecionalidad motivada del tribunal”. Esta discrecionalidad no es arbitraria, sino que se guía por criterios objetivos desarrollados jurisprudencialmente, como la gravedad del acto, el alcance de la difusión y la duración del daño en el tiempo. La posibilidad de recurrir a pruebas periciales para valorar el daño reputacional ofrece una vía para objetivar un perjuicio que, por naturaleza, es intangible.

Asimismo, es innegable que el entorno digital y las redes sociales han magnificado tanto el riesgo como el impacto del daño reputacional. El efecto multiplicador del mensaje y la rapidez efectiva con que se propaga una publicación en línea, exige una respuesta jurídica ágil y contundente. La protección del honor en este nuevo contexto se vuelve si cabe más perentoria, pues un ataque puede alcanzar una difusión masiva en cuestión de horas, causando un perjuicio difícilmente reparable en su totalidad.

Finalmente, la conclusión fundamental sigue siendo la necesidad de una ponderación equilibrada. Las libertades de expresión e información son pilares de una sociedad democrática, pero no constituyen un derecho ilimitado al insulto o a la difamación. La jurisprudencia, como la reflejada en la sentencia 372/2019 de la Audiencia Provincial de Barcelona, reitera que la crítica, incluso la más dura, está amparada, pero siempre que la información sea veraz, verse sobre asuntos de interés general y no se empleen expresiones vejatorias o innecesarias. En definitiva, el ordenamiento jurídico español ofrece un marco robusto para la defensa de la reputación, entendida no solo como un derecho de la personalidad, sino como un elemento esencial para el desarrollo personal, profesional y empresarial en la sociedad contemporánea.

Enero 2026

