

Area de Políticas Públicas, Sociales y Estado del Bienestar

OBSERVATORIO

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD

2010
MAYO
08

Carmen Rivas

Entrevista a Agustín García Matilla:
“En TV hay que hacer que lo popular sea
valioso y lo valioso se haga popular”

Daniel Olmos

Ana Molano

Ignacio Bizarra

Manuel Núñez Encabo



Fundación 1º de Mayo | Centro Sindical de Estudios
C/ Arenal, 11. 28013 Madrid. Tel.: 913640601. Fax: 913640838
www.1mayo.ccoo.es | 1mayo@1mayo.ccoo.es

Observatorio Medios de Comunicación y Sociedad. ISSN: 1989-4864

Observatorio

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD

INDICE

03	Carmen Rivas	Presentación.
05	ENTREVISTA	Entrevista a Agustín García Matilla: “En TV hay que hacer que lo popular sea valioso y lo valioso se haga popular”
10	Daniel Olmos	Publicidad en televisión
12	Ana Molano	Legislación sobre derechos de autor
29	Ignacio Bizarra	¿Es progresista defender los derechos de autor?
32	Manuel Núñez Encabo	Los medios de comunicación como nuevos poderes públicos

Presentación

CARMEN RIVAS

Directora Observatorio Medios de Comunicación y Sociedad

El Observatorio número 8 de Medios de Comunicación y Sociedad de la Fundación Primero de Mayo, contiene una Entrevista con el Catedrático, Agustín García Matilla. En ella se recogen sus opiniones en torno a la Ley Audiovisual, a la necesidad de una mayor relación entre comunicación y educación y su apuesta nítida por la radio televisión pública como elemento imprescindible para una sociedad democrática y de valores democráticos. Su último trabajo de investigación le ha llevado a desarrollar efectuar un estudio comparativo entre la BBC y TVE, que muy pronto verá la luz.

Publicidad en Televisión: ¿Ni contigo ni sin ti tienen mis males remedio? Es el título de la reflexión de Daniel Olmos en torno a la supresión de la publicidad en TVE. Expresa el autor su preocupación por la rapidez con que se ha despachado la importancia de una televisión pública sin publicidad y recoge los estudiados incumplimientos por parte de las empresas de televisión de lo límites legales del porcentaje horario de anuncios publicitarios. Destaca Daniel Olmos la relevancia que tiene el hecho de que la supresión de la publicidad en TVE desde el pasado 1 de enero haya supuesto un aumento de la audiencia y el mismo tiempo sea ya una señal de identidad que diferencia a TVE de todas las demás cadenas.

Ana Molano, hace en este número un minucioso recorrido por la legislación española y europea relacionada y reguladora de los derechos derivados de la Propiedad Intelectual y los Derechos de Autor. Un trabajo necesario para conocer la normativa existente en los países de nuestro entorno sobre un asunto que adquiere cada día mayor relevancia por el hecho de los cambios que las nuevas tecnologías han introducido en la producción de los medios de comunicación. Detrás de este gran debate en el que llevamos años implicados, hay enormes sumas de dinero que se disputan los propietarios de los medios y los profesionales que en ellos trabajan. La necesidad de una Ley que deje claro como se reparten los beneficios generados por el esfuerzo y la creación ya no la discute nadie.

Por su parte, el periodista de la Agencia EFE, Ignacio Bazarra propone la reflexión ¿Es progresista defender los Derechos de Autor? Los datos que aporta son muy clarificadores: más de 14 millones de familias viven de la creación; la industria cultural mueve más de 62 mil millones de Euros y da trabajo a casi millón y medio de personas. Argumenta que los Derechos de Autor son, probablemente, tan impopulares como los impuestos, aunque el pago de ambos conceptos contribuyen a hacernos mejores ciudadanos y también a construir un mundo mejor.

Los medios de comunicación como nuevos poderes públicos es el título del ensayo elaborado por el Catedrático de la universidad Complutense, Manuel Núñez Encabo. En él, se analiza el alcance y la influencia social cada vez mayor de los medio de comunicación. La transformación de su empresariado ahora intervenido por los grandes poderes económicos de la banca, las finanzas y los negocios con objetivos de hegemonía

política que intentan ejercer el poder a través de su influencia en la opinión pública. Señala el autor que: en la crisis política que se vive en España y que tiene raíces propias hay, sin embargo, suficientes datos que indican que se está distorsionando y pervirtiendo el funcionamiento de la democracia y de los órganos del Estado de Derecho. ◆

ENTREVISTA A AGUSTÍN GARCÍA MATILLACATEDRÁTICO DE COMUNICACIÓN EN LA UNIVERSIDAD DE VALLADOLID.
CAMPUS DE SEGOVIA.**“En TV hay que hacer que lo popular sea valioso y lo valioso se haga popular”**

CARMEN RIVAS

Su padre, director de cine, pionero en el cine de humor en España, Eduardo García Maroto, siempre recomendó a sus hijos no dedicarse a nada que tuviera que ver con el audiovisual. Ni al cine, ni a la televisión porque es un trabajo duro. Una profesión que el conocía muy bien porque se dedicó a ella durante 50 años. Trabajó para el cine, en facetas como la de guionista, en la dirección, en la operación de cámara y acabó siendo director de producción de las grandes superproducciones de Estados Unidos en España, entre otras: “Espartaco”, “Orgullo y Pasión”, “Salomón y Saba” y la última “Patton” que obtuvo los dos primeros Oscars para profesionales del cine español. Sin embargo, su honradez, su pasión por el trabajo llevó a los tres hermanos a dedicarse a la comunicación en sentido amplio. Su hermano mayor, Luís Matilla fue autor teatral, participó con el grupo de teatro independiente Tábano en todos los recorridos de las rutas por la inmigración en Europa y además perteneció a la generación más premiada y menos representada del teatro español, precisamente, por su carga ideológica. Su otro her-



Agustín García Matilla es Catedrático de Comunicación Audiovisual y publicidad en la Universidad de Valladolid-Campus de Segovia, desde octubre de 2007. Ha sido Profesor Titular, coordinador y profesor de las asignaturas de Producción Audiovisual, la Televisión Informativa y el Tratamiento de la Información en Televisión en la Universidad Pública Carlos III de Madrid. También ha sido Director de Comunicación en dicha universidad.

Durante casi 20 años fue Profesor Titular de Teoría y Técnica de la Información Audiovisual en la Universidad Complutense de Madrid. En la misma universidad fue Codirector del Master de Televisión Educativa entre los años 1998 y 2001.

Ha sido Director Técnico de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (1983-1987) y del curso multimedia de Lectura de la imagen y de los medios audiovisuales (1987-1992) de la misma universidad y Responsable de Programas de Servicio Público en la cadena autonómica Telemadrid (1992-1994).

Agustín García Matilla tiene una amplia trayectoria como investigador, autor y coautor de una decena de libros vinculados con la Teoría y la Técnica de la Información Audiovisual, imagen, video televisión educativa y tecnologías de la información y de la comunicación. Podemos citar, entre otros títulos, “Lecturas de imágenes” (1987), “Televisión y Multimedia” (2002), “Una televisión para la educación” (2003), “Los niños y los jóvenes frente a las pantallas” (2004), “Lectura de imágenes en la era digital” (2008).

Agustín García Matilla es también, director y asesor de festivales, congresos y seminarios internacionales siempre relacionados con el mundo audiovisual. Ha escrito numerosos artículos y participado como profesor, ponente o conferenciante en cursos, simposios y congresos celebrados en países de los cuatro Continentes como Argentina, México, EEUU, Colombia, Egipto Francia o Italia.

mano, Eduardo, ha sido director de Radio3, de radio cadena española y programador de radio televisión española. Desde hace bastantes años es presidente de Corporación Multimedia, una empresa que hace estudios de audiencia.

Con esta herencia es fácil de entender que se haya dedicado a estudiar en profundidad todos los aspectos de la comunicación y a poner en práctica, siempre que ha podido, iniciativas relacionadas y que relacionan el mundo de la comunicación con la educación. Comenzó en la Universidad a distancia (UNED) con vocación educativa. Fue su director técnico con 26 años y miembro de su junta de gobierno. En la UNED se hizo admirador de los mejores catedráticos de la Universidad española como Emilio Lledó, Carlos García Gual, Elisa Pérez Vera y otros muchos. Para él, en una universidad como la UNED, además de la excelencia de los buenos académicos era necesaria la creación de buenos materiales didácticos unidades didácticas, programas de radio, vídeo y audio casetes que fueran metodológicamente más accesibles a los estudiantes. Durante un tiempo compaginó la actividad de aplicar la educación a los medios de comunicación con la docencia en la Universidad Complutense.

Su vinculación al mundo universitario está estrechamente relacionada con la convicción de que es imprescindible que la educación y la comunicación se doten de cauces que conecten las dos realidades desde la seguridad de que en el mundo de hoy, el conocimiento, la educación y los medios han de retroalimentarse. ¿Podría desarrollarnos esa idea que, me parece, es el eje de su reflexión e incluso de su actividad?

“Lo que necesitamos es que la sociedad recoja al máximo el esfuerzo que hacen los profesionales de los medios para aprovechar en los mejores hallazgos de las buenas producciones. Un buen programa no debería ser desaprovechado y pasar al olvido nada más ser emitido sin conseguir el más idóneo aprovechamiento didáctico. Los colectivos sociales, las escuelas e institutos deberían aprovechar ese trabajo. Es necesario, por ejemplo, promover la educación en materia de comunicación para la ciudadanía y trabajar en colaboración y coordinación con todos los educadores, con el sistema educativo. No haberlo conseguido hasta el momento me parece algo muy frustrante. En ese sentido hemos perdido un tiempo precioso”.

¿Cuál es su opinión en torno a la Ley Audiovisual, recientemente promulgada en España?

“Creo que esta Ley desaprovecha la posibilidad de que el Consejo del Audiovisual vele por el cumplimiento de las normas y tenga una capacidad sancionadora real. La cadena infractora, una vez apercibida podría seguir infringiendo la ley sin consecuencias y sin tener que llegar a pagar nunca una sanción económica. Con lo cual, en la práctica, la propia ley se convierte en papel mojado”.

El Consejo Audiovisual es uno de los apartados de la Ley, que nos homologará con Europa ¿Que prioridades debería marcarse este Consejo?

“En efecto, la simple creación de ese Consejo, significa que podamos subsanar la que ha sido hasta ahora una grave carencia en el ordenamiento jurídico español. Mientras que en el resto de Europa existen los Consejos Audiovisuales, España era el único país que no lo tenía. Desde ese punto de vista la ley tiene aspectos positivos pero la reglamentación es muy laxa. Corremos el riesgo de que, por ejemplo, la parte más constructiva de lo que estaba en el documento elaborado por la Comisión de Sabios, que era promover la educación de la ciudadanía en materia de comunicación, no se lleve hasta las últimas consecuencias. El Consejo Audiovisual ha de reforzar sobre todo los con-

tenidos vinculados con la educación del conjunto de la población. Por otro lado, pese a la limitación de canales que puede tener una empresa, que es de 25, que es una limitación positiva, no evita que al final pueda haber dos grandes corporaciones poseedoras de más número de canales”. Creo que a pesar de las limitaciones impuestas en el texto nada impide que el negocio de la televisión en España pueda llegar a estar en manos de dos grandes conglomerados de grupos empresariales”.

Supongamos que esas dos grandes corporaciones ya existiesen ¿Quién o quienes saldrían perjudicados por la existencia de esta concentración de canales?

“Esto supondría el debilitamiento de la televisión pública. De hecho la Ley audiovisual está paralizada por haber buscado una financiación que carga más todavía a las empresas de telecomunicaciones y, sin embargo, no busca una salida como la que existe en el Reino Unido con el canon que sería una salida viable.”

Desde un punto de vista progresista, ¿es discutible que una televisión pública sin publicidad es mejor que una televisión pública con anuncios publicitarios?

“A priori, desde el punto de vista del telespectador, del usuario, la supresión de la publicidad es positiva. De hecho está subiendo la audiencia de TVE en todas las franjas, incluidas las de “Prime Time”. Pero ¿qué sucede si esto con el tiempo sirve para debilitar la televisión pública?. En estos momentos el gran problema es que toda la captación de publicidad que afecta prácticamente a un cuarenta por ciento de anunciantes que sólo podían anunciarse en la televisión pública por sus características, no van a ir a las privadas porque no les ofrecen el plus, por decirlo de alguna manera, de calidad que les ofrecía contratar sus campañas en TVE”.

¿Qué responsabilidades plantea la Ley Audiovisual a las empresas privadas propietarios de medios de comunicación audiovisuales: radio y televisión?

“Si la Ley Audiovisual tuviera como uno de sus objetivos hacer cumplir la Ley a las cadenas privadas, tendría que dejar claro a las empresas concesionarias la existencia del riesgo de quedarse sin licencia si no se cumplen las normas. Sin embargo el hecho de haber ampliado el periodo de concesión de 10 a 15 años, es para mi otro de los errores que se han cometido. Porque en la práctica esa ampliación es una concesión a perpetuidad. De esta forma ninguna empresa tendrá miedo a infringir las normas. También habría sido conveniente que se reforzara la televisión pública en lugar de estar restringiendo su presupuesto”.

Los medios públicos forman parte de su preocupación. Este es el motivo del trabajo que está a punto de presentar al público en el que se compara las prácticas de BBC y TVE. ¿Podremos leer esa investigación antes del verano?

“La investigación ha sido sumamente compleja. Hemos realizado entrevistas en profundidad a cuarenta profesionales de BBC y de TVE, con muy diferentes perfiles cargos y responsabilidades. También hemos realizado decenas de entrevistas a espectadores de los espacios informativos en España y el Reino Unido. Lo que llegamos a concluir es que, mientras que la BBC ha tenido un trabajo de acumulación de la experiencia durante décadas; un proceso de creación que hace que cualquier profesional se sienta avalado en cualquier decisión que tome y asesorado permanentemente. Desde

la llegada a la empresa de cualquier nuevo trabajador hay una política de bienvenida a esos profesionales que entran en la empresa y se les hace firmar un contrato que les compromete con la audiencia y con la propia empresa. Esto implica un compromiso de independencia y de no ir en contra de los criterios básicos que están recogidos en las *guidelines*, líneas directrices que se renuevan cada 5 años. Sin embargo, en RTVE nos hemos encontrado con excelentes profesionales que han trabajado a partir de la intuición y que muchas veces se han sentido muy solos en la toma de decisiones. En la BBC está todo mucho más reglamentado. Todo está por escrito y el libro de estilo se renueva cada cinco años. En España no ha habido una cultura de recogida de la experiencia acumulada, ni ha existido la posibilidad de ir asentando los hallazgos. propios profesionales iban realizando pudiendo extraer a lo largo del tiempo. En ese sentido, la diferencia entre BBC británica y TVE es que pudiendo ser comparables sus profesionales, en el perfil humano, en el nivel de conocimientos, la BBC si ha recogido la experiencia acumulada, sí ha dejado clara la carrera profesional de sus trabajadores y en España esto no se ha producido. No ha habido ese peso de poder contar con una política interesada en su vida profesional y en el desarrollo de una carrera profesional reglamentada que les permitiese tener perspectivas profesionales hasta el mismo momento de la jubilación, con la motivación que eso supone.

Además, en las entrevistas que hemos realizado a los profesionales de TVE se hecha en falta una generación intermedia, que es la que se ha prejubilado en el expediente de Regulación de Empleo (ERE). Hay gente muy joven que hubiera necesitado conservar esa herencia de los viejos profesionales y esto con el ERE se ha frustrado en gran parte”.

¿Dónde está la clave o las razones que expliquen la existencia de dos modelos tan diferentes de Radio Televisión Públicas?

“En nuestra investigación hacemos también un análisis temporal de carácter histórico en donde lo que vemos es que en España, la radio televisión pública nació vinculada al franquismo y sirvió a los ideales del régimen. Esto no quita para que en estos años hubiera excelentes profesionales que dieron luz a espléndidos programas. Tenemos grandes momentos estelares, grandes profesionales que hicieron, por ejemplo, aquellos en los Estudios 1 que todos recordamos y que pueden emular los mejores trabajos de la BBC británica que eran los espacios dramáticos. Lo que nunca cambia hasta 2004 son los informativos. Desde la UCD pasando por el PSOE y por el PP hay una manipulación informativa, que es menor en la época de la UCD pero que se dispara en 1986 con el referéndum de la OTAN.

En ese sentido, dado que todos los partidos políticos en el poder han utilizado en estos años la televisión pública en su beneficio, esto ha evitado pensar en reforzar un proyecto sólido de radiotelevisión pública que permitiera atender a todos los frentes de la televisión pública. Con la llegada de la democracia, seguimos teniendo unos informativos sesgados y manipulados y los gobiernos de turno no se han preocupado por plantear una financiación que pueda explicar a los ciudadanos la necesidad de una televisión pública fuerte y que el canon podría ser una fórmula interesante para pagar el coste de esa televisión”.

¿Qué medidas se tendrían que tomar para garantizar la existencia futura de Radio Televisión Española?

“Para que RTVE tenga futuro, en primer lugar tenemos que convencer a la ciudadanía de que una radio televisión pública fuerte es imprescindible para la democracia; en segundo lugar que, dentro de la producción de todos los tiempos de RTVE hay “perlas” que deberían ser aprovechadas desde un punto de vista social, educativo y cultural, que las tecnologías digitales nos permiten aprovechar integralmente este potencial. Y, en ter-

cer lugar, que muchos de los profesionales que están en la producción dentro de las empresas privadas son deudores del sistema de radiotelevisión pública en el que han aprendido. Muchos de ellos han pasado o bien por el Instituto de Radio Televisión Española o se han beneficiado de las enseñanzas de otros profesionales de RTVE. Esa deuda no se le ha explicado bien a la población y esto hace que se vea normal que con la retirada de la Publicidad una cadena como Tele 5 haya duplicado sus ingresos.

La televisión pública tiene un mandato muy concreto y es reforzar la democracia, atender a las necesidades de las minorías y de las mayorías y proporcionar contenidos de calidad que mejoren el nivel cultural de la población. Un director de la BBC decía: “Hay que hacer que lo popular se haga valioso y que lo valioso sea popular”. Creo que esta frase resume perfectamente el sentido y el significado de una visión que en el contexto digital sigue teniendo vigencia”.

¿Cuáles son los objetivos del libro, de la investigación que han efectuado?

“El objetivo ha sido estudiar algo que no se había hecho antes en la investigación, en la literatura científica. Hasta ahora no ha habido ningún estudio que consulte la opinión de los profesionales comparativamente. Hemos cruzado las opiniones y las reflexiones de 20 profesionales de la BBC y 20 de TVE. Hemos acotado la investigación a los programas informativos para saber los parecidos y las diferencias entre las prácticas profesionales de la BBC y de TVE y esperamos que sus conclusiones sean útiles para el futuro de las televisiones públicas españolas. No olvidemos que además de TVE son también públicas todas las cadenas autonómicas”. ♦

Publicidad en televisión: ¿ni contigo ni sin ti tienen mi males remedio?

DANIEL OLMOS

En el imaginario colectivo de los que defendemos la necesidad de una televisión pública siempre ha figurado la idea de que ésta, para cumplir su papel de servicio a la sociedad, debe de tener una audiencia notable. El posible modelo de TVE como una oferta minoritaria, dirigida a sectores reducidos de población, de una “televisión bonsai”, ha sido siempre rechazado.

Por tanto, una de las señas de identidad de la televisión pública ha de ser su peso importante en el panorama global de los medios de comunicación, más aún si cabe en estos tiempos de aumento y a la vez de segmentación de la oferta audiovisual.

El papel óptimo de la televisión pública es el resultado de una programación de calidad, respetuosa con los principios constitucionales, instrumento de difusión de la cultura en su concepto más amplio, veraz e independiente desde el punto de vista informativo y capaz de ser vista por una amplia parte de la ciudadanía. La búsqueda del equilibrio entre esos principios y una gran audiencia ha sido siempre el reto, a menudo no cumplido, de TVE.

Pero no se puede obviar que durante muchos años, todos en los que TVE ha tenido que competir por la obtención de publicidad, la televisión pública estatal con frecuencia ha sido mimética con las estrategias de las televisiones privadas para obtener audiencia. En TVE se ha contraprogramado, a veces se ha reducido la calidad de los programas, ha habido saturación publicitaria, todo ello con la urgencia que marca la batalla exasperada por subir puntos de audiencia y aumentar los ingresos publicitarios. En resumen, el objetivo no era tanto el ser más vista, sino el de obtener recursos suficientes para alimentar el conjunto de la oferta de RTVE. Frecuentemente esto ha ido en detrimento de ese papel óptimo en cuanto a los contenidos que la televisión pública debe cumplir. El incumplimiento de sucesivos gobiernos en su responsabilidad de financiar adecuadamente la radio televisión pública, agravó la situación hasta los límites que todos conocemos.

Desde el 1 de enero ya no hay publicidad en TVE. Esta medida, tomada por el gobierno de la nación, ha suscitado numerosas críticas surgidas desde muy diversos ámbitos e intereses. La fórmula de financiación aprobada que incluye ingresos provenientes de las televisiones privadas y de los operadores de telecomunicaciones, suscita razonables dudas en cuanto a su aplicación práctica. A ello se suma la decisión de la Dirección de Competencia de la Comisión Europea, que ha encontrado indicios de financiación ilegal al sistema aprobado.

No es objeto de este artículo entrar en los ciertos problemas que la nueva fórmula plantea, ya en anteriores números de este Observatorio se han analizado con rigor. Sin embargo, el que escribe estas líneas manifiesta su preocupación con la rapidez con que se ha despachado la importancia que supone la existencia de una televisión pública sin publicidad.

La Asociación de Usuarios de la Comunicación, y la Plataforma “Con un máximo de 12 minutos de publicidad en televisión ganamos todos”, integrada por las más importantes asociaciones de la industria publicitaria, han lanzado un Manifiesto para reivindicar que la nueva Ley General de Comunicación Audiovisual mantenga estrictamente el límite de 12 minutos de publicidad por hora, recogido en la Directiva Europea, impidiendo extender ese límite hasta los 29 minutos que nueva Ley permitiría en la práctica.

El Manifiesto expresa la preocupación que a sus firmantes produce el hecho de la actual saturación publicitaria, dando algunos datos: Según el Instituto de Investigación GFK, el 92% de la población en España considera que hay demasiada publicidad en televisión, siendo esta la cifra más alta de toda Europa. En otro estudio realizado por el Consejo Audiovisual de Cataluña, el 88,4% de los entrevistados considera que el número de anuncios es elevado y que el exceso de publicidad es el principal problema de la televisión en España.

El panorama, por tanto, no parece muy optimista. Las fórmulas de publicidad se multiplican, los límites legales no se respetan y parece ser que incluso, lejos de poner barreras la propia legislación va a permitir más facilidades para incrementar el tiempo de emisión publicitaria.

En un contexto como ese, ¿no adquiere más relevancia el hecho de que TVE ya no emita publicidad? ¿no pasa a ser una señal de identidad fuerte este hecho para la televisión pública?. Veamos cómo ha respondido la audiencia:

- Durante el mes de enero 47 de los 50 programas más vistos han sido de la 1 de TVE.
- La audiencia de la 1 se ha situado en el 18,8%, 2,2% más que en diciembre, aventajando en 3,8 puntos a Tele 5 y en casi 6 a Antena 3.
- La 1 ha conseguido vencer incluso a notorios programas de tele basura, como Gran Hermano, Sálvame de Luxe o DEC.
- Esta tendencia continúa en febrero, como dato el domingo 7 de ese mes los seis primeros programas en audiencia fueron de la 1.

Sin duda estos resultados tan positivos no deben achacarse sólo al hecho de que TVE no emita publicidad, pero es razonable pensar que este factor ha influido de una manera decisiva. También es cierto que es todavía muy pronto para saber si esta tendencia se mantendrá así durante mucho tiempo, o es fruto de la novedad. Sin embargo no ofrece duda el hecho de que la ciudadanía ha recibido con agrado el disponer de una cadena pública que no la tortura con avalanchas de anuncios, con cortes de hasta 20 minutos, con películas naufragadas en mares de mensajes comerciales.

Si esta tendencia se confirma, ¿no deberíamos incorporar a nuestro imaginario colectivo una señal de identidad nueva, la de una TVE que además de tener contenidos de calidad, amplia audiencia, no tenga publicidad?. ♦

Legislación sobre los derechos de autor en España y Europa

ANA MOLANO
Periodista

Internet abre un mundo infinito de posibilidades al trabajo de los periodistas. Las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación permiten a los periodistas colaborar con medios en cualquier parte del mundo. La tecnología digital ha significado que las publicaciones online estén disponibles a escala mundial en un segundo. Así, una información elaborada por un periodista en cualquier redacción de España puede dar la vuelta al globo en segundos, ser traducida a varios idiomas, fotocopiada, reenviada, impresa, comentada, alterada o almacenada sin que el autor de ese texto disponga aquí de ningún instrumento de compensación económica por ese traslado digital y reprográfico.

Las tecnologías de la comunicación y la información han puesto a los derechos de autor para los periodistas o profesionales de los medios de comunicación en el centro del debate de la profesión. La evolución tecnológica y jurídica de estos últimos años hace necesario que las normas existentes en la materia sean revisadas y adaptadas a la nueva realidad y hagan frente a los nuevos problemas que se plantean.

Todas las legislaciones tienden a considerar delito el uso de recursos de audio o imágenes y textos ajenos en una página *web* sin previo pago, pero la normativa deja sin aclarar qué es el “derecho de cita informativa”. ¿Qué sucedería con un enlace? Una página puede estar vinculada a un archivo en otro servidor utilizando un simple enlace. Hay quien defiende el enlace simplemente como una herramienta de información acogándose a ese “derecho de cita”.

Internet ofrece a los empresarios de la comunicación nuevas oportunidades para la organización de sus procesos informativos que conllevan grandes modificaciones en el sistema de trabajo de los periodistas. El sistema se basa en la utilización de editores y reporteros comunes para prensa, radio, televisión e Internet en varios medios. Es la transformación del redactor en un “proveedor de contenidos” que surte a todos los soportes de difusión de la noticia que son propiedad de una empresa: periódicos, televisión, radio e Internet.

Aunque ya desde la segunda mitad del siglo XIX, la especificidad de la obra periodística encuentra reflejo en las leyes de derechos de autor, aún hoy en día la posibilidad de ejercicio de los derechos que los periodistas tienen reconocidos es muy precaria.

Debe haber un reconocimiento real de los periodistas como autores de los textos que redactan, cierto control o beneficio por la reutilización de su trabajo y una remuneración equitativa por las explotaciones sucesivas que se hacen de sus creaciones periodísticas.

LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE AUTOR DE LOS PERIODISTAS EN ESPAÑA

Los periodistas españoles no recibieron un buen apoyo de los Legisladores para el reconocimiento y la protección de sus Derechos de Autor. Tras muchos años a la espera de que se aprobaran reformas legales que protegieran mejor sus derechos sufrieron la decepción de comprobar que la Ley de Propiedad Intelectual dejó sentadas las bases para dificultar a los periodistas la reclamación de derechos como autores.

De hecho los periodistas están excluidos de las organizaciones de gestión de derechos existentes en España -SGAE, AIE, AISGE, DAMA, VEGAP, EGEDA, AGEDI. A excepción de CEDRO que, si bien acepta la asociación de periodistas, tampoco reconoce la plenitud de sus derechos a la hora del reparto.

Los consumidores de medios audiovisuales dedican una parte de su tiempo y atención a los servicios informativos; pero se niega a los periodistas el derecho a beneficiarse de los derechos de autor que se recaudan por un producto en el que tienen una intervención creativa muy importante.

El periodista en televisión, cuando utiliza todos recursos que le ofrece el medio, trabaja con textos, imágenes y sonidos para contar una historia, una noticia que nace de la realidad. En cualquiera de los géneros informativos en televisión el periodista tiene una función de autor audiovisual.

Pero sólo en algunas ocasiones se reconoce al periodista el derecho de propiedad intelectual sobre sus producciones audiovisuales. La SGAE define los “documentales” como “grabaciones sonoras y visuales de hechos, escenas, acontecimientos, datos o experiencias, tomados de la realidad, que por su originalidad de su realización (en cuanto a la composición, selección o, disposición de los citados elementos) así como por el texto utilizado como narración y de las composiciones musicales creadas para esta clase de producción, y por la existencia en su caso de una colaboración entre los distintos autores de dichas contribuciones intelectuales constituyen obras audiovisuales”. Precizando que “No se considerarán documentales, a efectos de estas normas, aquellas grabaciones cuyo contenido sean noticias del día o sucesos que tengan el carácter de simples informaciones de prensa”. (Normas aprobadas por la Asamblea General de la SGAE el 27 de junio de 1989)

LA LEGISLACIÓN ESPAÑOLA

A diferencia de otros titulares de derechos de autor reconocidos en la Ley de Propiedad Intelectual (escritores, compositores, intérpretes de la música, actores), que cuentan a través de los derechos de remuneración que tienen reconocidos, con la posibilidad de participar del éxito de su obra, una vez hayan cedidos sus derechos exclusivos, los periodistas carecen de la posibilidad real de beneficiarse de cualquier uso secundario que se haga de sus creaciones, ya que en el caso de la obra colectiva, una vez el periodista ha cedido sus derechos de explotación, se considera “autor” a la persona que ha llevado a cabo la labor empresarial y ha editado o divulgado en su nombre tales creaciones. Así lo dispone el artículo sobre obras colectivas, artículo 8 del Texto Refundido de Propiedad Intelectual (TRLPI), por el que, *salvo pacto en contrario, los derechos sobre la obra colectiva [el periódico] corresponderán a la persona que la edite y divulgue bajo su nombre [el editor de prensa].*

Así también lo reconoce la sentencia de 22 de mayo del Tribunal de lo mercantil de Ma-

drid que establece que “ *De tales argumentaciones puede concluirse que la edición de diarios de prensa escrita -caso que nos ocupa- supone la creación de obra colectiva del Art. 8 TRLPI , donde el editor o persona unida al mismo por vínculo contractual, toma la iniciativa económica e intelectual de coordinar las distintas creaciones intelectuales de diversa naturaleza - artísticas, literarias, gráficas, etc.- y procedencia -de agencia, de personal laboral, de “freelanders”, por encargo genérico o específico, arrendamiento de servicios, no existente encargo, etc.-, para la generación de una obra colectiva diseñada y decidida exclusivamente por el editor; donde pudiendo reconocerse e identificarse las aportaciones individuales -que mantendrán las facultades y derechos reconocidos legalmente (art. 14.3 y 6 ; art. 28 ; art. 52 TRLPI , como más significativos), los derechos originarios de propiedad intelectual sobre la obra colectiva se atribuyen por Ley al editor; debiendo presumirse, salvo prueba en contrario, la existencia de autorización de los autores individuales respecto al editor para la inclusión de su obra individual, cediendo tales derechos.*”

Paradójicamente la actual Ley de Propiedad Intelectual establece la presunción de que todos los usos que no coincidan con la explotación cubierta en el contrato permanecen en manos del autor. Así lo regula el art 52 del TRLPI referente a la transmisión de derechos para publicaciones periódicas “*Salvo estipulación en contrario, los autores de obras reproducidas en publicaciones periódicas conservan su derecho a explotarlas en cualquier forma que no perjudique la normal de la publicación en la que se hayan insertado. El autor podrá disponer libremente de su obra, si ésta no se reprodujese en el plazo de un mes desde su envío o aceptación en las publicaciones diarias o en el de seis meses en las restantes, salvo pacto en contrario*”.

Aunque este artículo supone un claro reconocimiento del estatus legal de autor-creador al periodista, los empleadores (directores, productores, radiodifusores, etc.) son la parte más fuerte de la negociación y no necesitan una legislación sólida cuando se sientan en la mesa de negociaciones, pues lo habitual es que el resultado sea la obtención de una cesión de derechos del periodista al empleador para cualquier tipo de explotación, con ámbito internacional e incluyendo la cesión a terceros.

Asimismo, en base al artículo 52. del TRLPI cualquier derecho de remuneración que se le reconozca al autor de una obra periodística para compensar las explotaciones sucesivas de su obra, tendrá como destinatarias a las empresas de los medios de comunicación y no a los periodistas , por lo que a efectos de compensar a los periodistas por la reutilización de sus obras, sería necesario incorporar en la ley una modificación que establezca la obligación para las empresas propietarias de los medios de comunicación o editores de compartir ese derecho de remuneración que tienen legalmente reconocido en el Art.52 con los profesionales, asalariados o freelance creadores originales de la aportación periodística.

La facilidad de reproducción masiva que ha supuesto la llegada de Internet, hace que los periodistas, fotógrafos y profesionales de los medios requieran una protección legal fuerte de sus derechos morales (el derecho de ser considerado autor y el derecho de impedir una utilización perjudicial de su material periodístico) que garantice un periodismo de calidad, pues es difícil alcanzar esos objetivos sin herramientas legales. Como dice el profesor Rafael Díaz Arias, los periodistas han sido los convidados de piedra de la legislación sobre derechos de autor. Ni se respetan sus derechos morales, al no poder actuar sobre la reutilización de su trabajo periodístico, invocando su legítimo derecho a decidir sobre la publicación de su obra y a que ésta no sea alterada sin su consentimiento, ni sus derechos económicos, al ver cómo esa re-explotación no le reporta ningún ingreso o, en todo caso, revierte únicamente en favor del editor al reivindicarse éste, unilateralmente, como titular único de esos derechos.

PERIODISTA Y AUTOR.

En el trabajo del periodista confluyen un conjunto de circunstancias que dificultan la clarificación y la defensa de sus derechos como autor. La necesidad social de proteger la libre circulación de la información, afecta a la propiedad intelectual de los periodistas. El hecho de que los materiales informativos se suelen distribuir y llevar al público dentro de un conjunto formado por varias aportaciones que a veces es difícil individualizar, plantea en gran parte de los casos las dificultades derivadas del concepto de Obra Colectiva.

En la Ley de Propiedad Intelectual, artículos 31 y siguientes, se establecen los límites a los derechos de autor; es decir, se determinan los casos en que el derecho de autor no opera frente a determinadas utilidades de las obras protegidas.

Estos límites se establecen para satisfacer objetivos de interés público y tienen una aplicación específica, de gran alcance, en relación a los trabajos de prensa. En primer lugar, el artículo 33.1 establece: “Los trabajos y artículos sobre temas de actualidad difundidos por los medios de comunicación social podrán ser reproducidos, distribuidos y comunicados públicamente por cualesquiera de la misma clase, citando la fuente y el autor si el trabajo apareció con firma y siempre que no se hubiese hecho constar en origen la reserva de derechos. Todo ello sin perjuicio del autor a percibir la remuneración acordada o, en defecto de acuerdo, a la que se estime equitativa. Cuando se trate de colaboraciones literarias será necesaria, en todo caso, la autorización del autor”.

La normativa española establece un sistema de licencia obligatoria, es decir, permite la libre reproducción de los trabajos de actualidad en otros medios de comunicación, pero rodea esta licencia legal de numerosas cautelas. Se impone la obligación de reconocer la autoría del trabajo al realizar su reproducción. La Ley permite que el régimen de licencia legal sea dejado sin efecto haciendo constar la expresa reserva de derechos de reproducción. Por último se establece que, en cualquier caso, corresponde una remuneración equitativa al autor como contraprestación a la reproducción de sus trabajos.

Por otra parte, si se trata de una obra colectiva, parece que será suficiente una reserva global de toda la obra, por ejemplo en la cabecera del periódico o revista.

Por otro lado, la específica mención del legislador español a la remuneración no deja lugar a dudas de que queda excluida la gratuidad por la reproducción de los trabajos de actualidad en otros medios de comunicación.

El mayor problema práctico es, sin duda, la gestión del cobro de la remuneración equitativa a la que alude la Ley, aspecto en el que sin duda sindicatos de periodistas y sociedades de gestión deberán desarrollar una eficaz actividad.

La Ley de Propiedad Intelectual en el Libro I, Título III, capítulo II, ha establecido una serie de limitaciones que responden al concepto de utilización universal de los derechos de autor en el ámbito periodístico. Estas disposiciones vienen a desarrollar el mandato constitucional proporcionado por el artículo 44 de la Constitución Española de 1.978, a tenor del cual:

- 1.- Los poderes públicos promoverán y tutelarán el acceso a la cultura, a la que todos tienen derecho.
- 2.- Los poderes públicos promoverán la ciencia y la investigación científica y técnica en beneficio del interés general”.

El fundamento jurídico de esta especialidad del ámbito de las creaciones periodísticas lo encontramos en el artículo 27.1 de la declaración Universal de Derechos Humanos de 1.948: “Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten”.

“Este derecho a participar de los beneficios que resulten de la creación intelectual viene a sentar la base del derecho de la sociedad sobre tales creaciones del autor. Así, el derecho de autor debe entenderse como parte integrante de la naturaleza del derecho a la información, y queda en consecuencia limitado a fin de preservar el derecho del público a recibir y participar de las creaciones. Los convenios Internacionales recogen esta utilización universal de las creaciones intelectuales en pro de la sociedad y en detrimento del monopolio exclusivo del autor de disponer de sus derechos”

Así nacen las llamadas en terminología de derechos de autor “licencias obligatorias” que suponen la autorización legal para determinadas utilidades de obras científicas, literarias o artísticas, sin necesidad de contar con la autorización expresa del autor, generalmente reconocido como imprescindible.

Según el artículo 28º del mencionado Convenio, quedan fuera del ámbito de protección que se otorga a los derechos de autor. No obstante, dicha exclusión sólo opera en relación a cada concreto instrumento internacional. Constituye el nivel mínimo de protección común a los distintos Estados que lo han ratificado, pero nada impide que los Estados parte definan un campo de protección más amplio.

Nuestra Ley de Propiedad Intelectual no recoge dicha distinción, en su artículo 33.1 se refiere a los “trabajos y artículos sobre temas de actualidad”, como categoría homogénea, que puede incluir tanto artículos de fondo, caracterizados por el trabajo sobre la materia bruta de las noticias con el sello personal del redactor, como las meras noticias o informaciones de prensa.

Sin embargo, podría argumentarse que no es necesario excluir expresamente lo que, dada la definición de la obra susceptible de generar derechos de autor, ya es excluido del conjunto de la Ley. En este sentido, se suele señalar que el artículo 10.1 de la Ley de Propiedad Intelectual, exige que las obras sean “originales”, la pregunta es si las noticias son originales.

El requisito de la originalidad, entendido como novedad objetiva de la obra, puede y debe ser relativizado. Así lo demuestra el hecho de que la propiedad intelectual ha ido ampliando progresivamente su ámbito de protección para alcanzar a obras como las fotografías, en torno a las cuales se han planteado debates en relación con el concepto de originalidad, o a otros procesos creativos como los desarrollados por intérpretes o ejecutantes. La tendencia general es que los derechos de propiedad intelectual van aplicándose a un mayor número de procesos creativos. La novedad objetiva que implica el requisito de originalidad puede tener una relevancia mínima, dependiendo del tipo de obra y del mayor o menor margen de libertad creativa con que cuenta el autor.

Es difícil establecer una nítida delimitación entre los diversos tipos de trabajos de actualidad, excluyendo a priori todo un grupo de obras periodísticas. La protección de la libertad de información no impide reconocer la autoría de todos aquellos trabajos en que en que sea posible encontrar un mínimo de novedad objetiva en el tratamiento de la noticia, que quedará sin embargo, una vez difundida, a la libre disposición del denominado “mercado de las ideas”.

TITULARIDAD DE LOS DERECHOS DE AUTOR.

Partiendo de la distinción entre trabajos de actualidad que reúnen o no los requisitos para ser incluidos dentro del ámbito de protección otorgado por la Ley de Propiedad Intelectual, la titularidad de los derechos de autor es distinta para periodistas y otros creadores.

Cabe distinguir aquí entre dos tipos de vínculo contractual. El primero vendría referido a los periodistas por libre, es decir, como colaboradores unidos a la empresa informativa únicamente por un contrato de servicios o de obra. Lo habitual será que en estos casos exista un contrato en el que se especifique el alcance de la cesión de los derechos de autor sobre los trabajos producidos.

Si no hay pacto pacto, serán de aplicación las normas, en buena parte tuitivas del autor, que establece la Ley de Propiedad Intelectual en sus artículos 43, 48 y 52. Una interpretación conjunta de todas ellas lleva a establecer el siguiente tipo de relación en defecto de contrato: Se presumirá que no existe una cesión en exclusiva al empleador (art. 48.1), que la cesión efectuada se limita a aquélla que se deduzca necesariamente de la propia actividad del empresario y para el país en que se haya realizado la cesión (art. 43.1) la transmisión de derechos no alcanza a las modalidades de utilización o medios de difusión inexistentes o desconocidos al tiempo de la cesión (art. 43.5).

Dado que según la Ley, en ausencia de pacto expreso, se presume que no existe cesión en exclusiva, será de aplicación lo establecido en el artículo 52: “Salvo estipulación en contrario, los autores de obras reproducidas en publicaciones periódicas conservan su derecho a explotarlas en cualquier forma que no perjudique la normal de la publicación en la que se hayan insertado”. El autor podrá disponer libremente de su obra, si ésta no se reprodujese en el plazo de un mes desde su envío o aceptación en las publicaciones diarias o en el de seis meses en las restantes, salvo pacto en contrario. La remuneración del autor de las referidas obras podrá consistir en un tanto alzado.

Salvo contrato expreso en contra, los colaboradores de los medios de comunicación retienen los derechos de explotación sobre sus trabajos de prensa, aunque con sometimiento al límite de que las modalidades de explotación por parte del autor no causen una competencia desleal a la empresa Informativa a la que hubiera cedido parte de esos derechos de explotación.

Una vez admitido que todo trabajo de actualidad que presente el nivel Imprescindible de originalidad o innovación objetiva cae bajo la protección de la propiedad Intelectual, hay que resolver el problema de la titularidad de los derechos de autor sobre trabajos de actualidad realizados por periodistas vinculados laboralmente a una empresa informativa.

PRESUNCIÓN DE CESIÓN DE DERECHOS.

La Ley de Propiedad Intelectual establece en su artículo 51 el régimen general de las obras producidas en el marco de una relación laboral, estableciendo una presunción legal de que, salvo pacto en contrario, los derechos de explotación son cedidos en exclusiva y con el alcance necesario para el ejercicio de la actividad habitual del empresario en el momento de la entrega de la obra realizada en virtud de dicha relación laboral.

Aunque la presunción legal es en principio desfavorable a los Intereses de los redactores asalariados. En el Informe sobre Derechos de Autor de los Periodistas, realizado por encargo de la Agrupación General de Periodistas y CEDRO- se dice que “habiendo

optado nuestro legislador por un sistema de corte anglosajón muy alejado de la tradición europea predominante, es preciso resaltar que impone una muy importante limitación al alcance de la cesión, que engarza con el principio *tuitivo* de la parte débil de la relación laboral, tan consolidada en la óptica europea”.

La Ley exige que haya una conexión o adecuación material entre la obra creada por el trabajador y el negocio del empresario. Así, el trabajador conserva los derechos económicos sobre la obra aunque parte de sus derechos hayan sido cedidos en exclusiva al empleador. Podrá ejercer los derechos económicos que no hubieran sido cedidos al empleador, es decir, los derechos que no coinciden con la actividad del empresario o que no son coherentes con las formas de explotación desarrolladas en el seno de su empresa.

Por ejemplo, la explotación de trabajos de actualidad en bases de datos o su fotocopiado para la elaboración de revistas de prensa o de copia privada, serán utilidades o explotaciones distintas de las que habitualmente realiza el empresario de la comunicación, y en consecuencia, las eventuales remuneraciones a esas utilidades nuevas corresponderán al autor. Además, el autor asalariado tendrá derecho a recibir la remuneración compensatoria por reproducción; de acuerdo con lo previsto en el artículo 25, en relación con el artículo 32; y le asistirán las normas protectoras del autor recogidas en el artículo 43.

El informe citado señala que “ el carácter *tuitivo* de la Ley puede ser dejado sin efecto por el contrato laboral o por otras situaciones fácticas, como puede ser la denominada propiedad multimedia”. Ya que la Ley se refiere a los usos habituales de la empresa como elemento para determinar los límites para la reutilización de la obra sin que genere derechos para el autor empleado.

En esta línea no puede dejar de subrayarse la importancia que deberían tener los convenios colectivos a la hora de establecer una adecuada regulación de la cesión de derechos de autor en el sector de los medios de comunicación social, frecuentes en otros países como en Francia y Alemania.

DERECHO DE CITA.

La polémica de los resúmenes de prensa (*press-clipping*) no es nueva. Los propietarios de los medios y titulares de derecho consideraban que la venta de resúmenes de prensa se valía fundamentalmente, de la incorporación de obras preexistentes, protegibles por la Ley de Propiedad Intelectual que fueron extraídas de otros medios y sobre las cuales, las agencias de *press-clipping* no ostentaban titularidad ni derecho alguno. La elaboración de recortes, boletines y resúmenes de prensa de los diarios, así como su comercialización, es para los propietarios de los medios un acto ilegal, atentatorio de sus derechos de propiedad intelectual y en especial, del derecho de reproducción, entendido como la fijación directa o indirecta, provisional o permanente, por cualquier medio y en cualquier forma, de toda la obra o de parte de ella, que permita su comunicación o la obtención de copias. Sin embargo, no menciona la supuesta infracción que esa actividad pueda suponer para los derechos de los autores de dichos trabajos periodísticos que no han otorgado la autorización preceptiva para el uso de esos contenidos por terceros.

Las empresas de *press-clipping*, al menos hasta el año 2006, fundamentaron su actividad en el derecho de cita (artículo 32 del Texto Refundido de Propiedad Intelectual vigente desde el 23 de abril de 1996 hasta el 28 de julio de 2006), cuya anterior disposición establecía que “*las recopilaciones periódicas efectuadas en forma de reseña o revistas de prensa, tendrán la consideración de citas*”.

Conocedores de la laxitud normativa que permitía incluir estas actividades dentro del grupo de los límites al derecho de autor, los cinco grupos de prensa más importantes de España, decidieron el 20 de octubre de 2002, crear una sociedad mercantil (Gestora de derechos de prensa S.A. Gede prensa) encargada de gestionar los derechos de Propiedad Intelectual con relación a los resúmenes de prensa o de noticias divulgados por cualquier medio o procedimiento que pertenezcan a título original o derivado, a los editores de prensa y demás medios de comunicación impresa, sonora y audiovisual.

El Tribunal de Defensa de la Competencia denegó esta iniciativa por medio de la Resolución de 10 de mayo de 2004. Según el Tribunal, existía una indefinición de derechos por considerar que las actividades de press-clipping tenían plena cabida en el derecho de cita. Argumentaba que era evidente que *una nítida asignación inicial de esos derechos, facilitaría la aparición de un mercado de derechos de autor de obra colectiva respecto de los resúmenes de prensa*, pero, mientras dicha asignación expresa no existiera, *para las empresas de press-clipping se generaría un marco de incertidumbre respecto a la liquidación de sus obligaciones, dado que el pago a la Gestora, no asegura el agotamiento de sus obligaciones para con esos derechos*.

En la última reforma de la LPI, las recopilaciones de artículos periodísticos que se hicieran con fines comerciales, no estaban amparadas en el derecho de cita. Pero todos los grupos políticos presentaron enmiendas a ese No rotundo al press clipping. Si son gratuitos son derecho de cita. Finalmente en la ley se establece que el autor puede oponerse o cobrar una remuneración.

LA REGULACION DE LOS DERECHOS DE AUTOR EN EUROPA

Los principios universales de los derechos de autor están regulados en los tratados internacionales. Estos tratados son administrados por un organismo de las Naciones Unidas, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. Los tratados internacionales establecen principalmente los principios básicos de los derechos de autor. Se entiende que son los países individualmente quienes las conviertan o no en leyes nacionales. Como resultado, la legislación nacional varía de un país a otro.

Podemos destacar los siguientes tratados:

- * La Convención de Berna para la protección de las obras artísticas y literarias, administrada por WIPO (*World Intellectual Property Organization*).
- * La Convención de Roma para la protección de los intérpretes, productores de fonogramas y compañías de radiodifusión.
- * El Tratado sobre copyright de WIPO.
- * El Tratado sobre representaciones y fonogramas de WIPO; and
- * El Acuerdo sobre aspectos relacionados con el comercio de la propiedad intelectual (TRIPS), administrado por la Organización Mundial del Comercio.

Estos tratados internacionales establecen los principios básicos o los derechos de autor aplicables a nivel internacional, los niveles mínimos de protección que los Estados signatarios deben ofrecer. Estos tratados permiten a los distintos países una cierta fle-

xibilidad a la hora de trasladar la regulación a las respectivas legislaciones nacionales, incluida la opción de ofrecer mayor protección. Como consecuencia, la legislación de los derechos de autor varía mucho de país a país.

Las directivas europeas requieren que los Estados miembros de la UE las integren en su legislación nacional, lo que permite un estándar europeo, un mínimo regulado en todos los países miembros.

Las directivas europeas sobre derechos de autor son:

- Directiva 91/250/EEC, sobre la protección legal de los programas informáticos. Según esta directiva los programas informáticos están protegidos como las obras literarias o artísticas.
- Directiva 92/100/EEC, sobre los derechos de alquiler y sobre ciertos derechos en el ámbito de la propiedad intelectual. Es un derecho exclusivo del creador el autorizar o prohibir el alquiler o préstamo de originales y copias de trabajo protegidos.
- Directiva 93/83/EEC, sobre la coordinación de ciertas reglas concernientes a los derechos relacionados con la radiodifusión vía satélite y la transmisión por cable. La directiva establece que el derecho de los particulares que poseen los derechos de autor, y de los que tienen derechos relacionados con estos, para prohibir o permitir la transmisión por radiodifusión por cable, sólo pueden ejercerlo compañías que promueven intereses colectivos.
- Directiva 93/98/EEC, que armoniza las condiciones de protección de los derechos de autor y ciertos derechos relacionados con estos. Situaba en 70 años tras la muerte del autor, y 70 tras la publicación para trabajos anónimos o publicados bajo seudónimo.
- Directiva 96/9/EC. Sobre protección legal de base de datos. Las compilaciones de trabajos, datos u otros elementos independientes, ordenados sistemáticamente o metódicamente y accesibles separadamente por medios electrónicos o de otro tipo, están protegidos por los derechos de autor, y por un derecho propio que debe desarrollar cada país miembro.
- Directiva 2001/84/EC, relativa al derecho de participación en beneficio del autor de una obra de arte original.
- Directiva 2001/29/EC, relativa a la armonización de determinados aspectos del derecho de autor y derechos afines en la Sociedad de la Información.
- Directiva 2004/48/EC, sobre la observancia de los derechos de propiedad intelectual.
- Directiva 2006/116/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de diciembre de 2006 sobre la duración de la protección del derecho de autor y de determinados derechos afines. Esta directiva tiene por objeto armonizar los derechos de autor y derechos afines en la Unión europea, fijando en 70 años el plazo de los derechos de autor u en 50 años los de protección de los derechos afines.

Actualmente la Unión Europea prepara un registro digital común de derechos de autor de creaciones literarias, teniendo en cuenta que ahora los libros son también digitales, el e-book. La UE ha dado muy pocos pasos en la normativa de los derechos de autor en la era digital, regulados todavía por 27 legislaciones diferentes, una por país, lo

que complica enormemente cualquier iniciativa para digitalizar fondos culturales y publicarlos en internet. Incluso la flamante *Europeana*, la biblioteca digital europea, tuvo que ver como uno de sus colaboradores en Francia retiraba de la red parte de sus contenidos porque sólo estaba autorizado a facilitarlos a usuarios de ese país.

La Comisión Europea, tras consultar a editores, bibliotecas, autores y consumidores, prevé empezar por crear un registro común de derechos de autor, aunque tenga que basarse en licencias con plazos distintos en función del país en el que estén registradas.

Pese a estas limitaciones, este directorio paneuropeo facilitaría a los propietarios de los derechos el cobro de los ingresos por las descargas de sus obras. En cuanto a las licencias paneuropeas de explotación, Bruselas trabaja sobre la pista de empezar por las obras huérfanas (sin un propietario claro de sus derechos) y por aquellas que se hallan agotadas, que en principio serían menos conflictivas que las que todavía están siendo explotadas comercialmente.

El modelo, en principio, sería el criticado acuerdo entre Google Books y la Asociación de Autores Americanos. Previo pago de 125 millones de dólares, ese pacto puso fin a años de enfrentamiento entre las partes y despejó del camino de la empresa estadounidense el espinoso asunto de los derechos de autor de la versión digital de libros protegidos por leyes de propiedad intelectual.

Google Books lleva cinco años de ventaja a Europa y alrededor de diez millones de libros digitalizados gracias a una inversión cuyo coste ni el buscador de internet más potente del mundo conoce ni los responsables de la empresa quieren tampoco aclarar a la prensa. El público de Estados Unidos es el beneficiario directo por el acuerdo, ya que abre la puerta a la digitalización no sólo de obras previas al año 1923 (que son de dominio público según la ley estadounidense), agotadas o huérfanas, sino a libros todavía protegidos y explotados comercialmente. Google Books ha trabajado con 30 bibliotecas de todo el mundo. De ellas, siete son europeas y dos españolas (la Biblioteca de Catalunya y la de la Universidad Complutense de Madrid). Son de las pocas instituciones europeas que han decidido no cerrarse puertas y trabajar a varias bandas en la difusión de contenidos a través de internet.

En los últimos años se han multiplicado los intentos de competir con Google: la Unión Europea ha lanzado *Europeana*, pero sólo con contenidos de dominio público; el Gobierno alemán, *Libreka*; la Biblioteca Nacional francesa, *Gallica*... Incluso Francia, uno de los países que más desconfían de las intenciones de Google, cree que es necesario salir de esta confrontación estéril y peligrosa entre, por un lado, Google y, por otro, la dispersión de las respuestas europeas.

La presidencia española de la UE tiene el compromiso de poner en marcha el comité de sabios sobre el libro electrónico durante su presidencia rotatoria, que acaba en junio.

En la evolución de la regulación europea puede verse que la UE acepta el principio de derechos de autor continental, frente al anglosajón, o por lo menos principios que más se acercan a él. Una diferencia importante entre el copyright y los derechos de autor es la cuestión de quién puede tener los derechos primarios de los trabajos creativos. El Reino Unido, por ejemplo, permite a las empresas ser reconocidas como autores. Por el contrario, según el concepto continental, sólo pueden ser titulares de derechos de autor personas reales; los autores se limitan a conceder derechos de uso de sus obras, pero nunca pueden perder su posición como el creador jurídicamente reconocido.

SISTEMAS DE GESTIÓN COLECTIVA DE LOS DERECHOS DE AUTOR DE LOS PERIODISTAS EN LA UE.

Otro aspecto distintivo del sistema continental europeo es la extendida tradición de la concesión colectiva de licencias a través de entidades de gestión colectiva de los derechos autorizados para administrar y recaudar los derechos de los autores (e intérpretes) de forma independiente o conjuntamente con los editores y los productores. La utilización de dichos sistemas permite la recaudación de importes sumamente considerables procedentes de la retransmisión por cable, las copias privadas, la reproducción con fines de información en las escuelas de enseñanza primaria, secundaria y universidades, las empresas privadas y públicas, etc.

Según el estudio titulado *“Informe sobre los sistemas de gestión colectiva de los derechos de autor de los periodistas en la Unión Europea”*, realizado por la Federación Europea de Periodistas (EFJ) en Diciembre de 2005, en el año 2005 existían entidades de gestión colectiva de derechos de los periodistas en los siguientes países:

Para prensa escrita

Existían sistemas de gestión colectiva por la reutilización de los derechos de los periodistas-autores en 14 países de los 23 países entonces miembros de la UE: Austria, Bélgica, Chipre, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Lituania, Noruega, Eslovaquia, Eslovenia, Suecia y Reino Unido.

Estos sistemas de gestión colectiva cubrían:

- 1.-Reproducción con fines educativos, en Bélgica Chipre, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Noruega, Eslovenia, Suecia, Reino Unido.
- 2.-Press clipping o copia de recortes de prensa a efectos de información pública y privada en instituciones y empresas, en: Alemania, Austria, Bélgica, Chipre, Dinamarca, Finlandia, Francia, Grecia, Noruega, Eslovaquia, Eslovenia, Suecia y Reino Unido.
- 3.-Reproducción en las bibliotecas y/o con fines de investigación, en: Bélgica, Chipre, Finlandia, Alemania, Grecia, Noruega, Eslovenia, Suecia, Reino Unido.
- 4.-Compensación por copia privada (basado en un canon sobre soportes y aparatos para la copia de obras, máquinas, ordenadores, impresoras, etc.), en: Alemania, Austria, Bélgica, Chipre, Dinamarca, Francia, Grecia, Hungría, Lituania, Eslovaquia y Eslovenia.
- 5.-El uso digital de los trabajos periodísticos en: Austria (en parte), Bélgica (en parte), Dinamarca (en parte), Francia, Alemania (en parte), Noruega (en casos específicos), Suecia (en parte).

Para contenidos periodísticos audiovisuales.

Existen entidades que gestionan los derechos de los autores de contenidos periodísticos audiovisuales en 14 de los 23 países: Alemania, Austria, Bélgica, Chipre, Dinamarca, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Lituania, Macedonia, Noruega, Suecia, Reino Unido.

Estos sistemas de gestión cubren los siguientes usos:

- 1.-Retransmisión por cable, en: Alemania, Austria, Bélgica, Chipre, Dinamarca, Finlandia, Francia, Hungría, Lituania, Macedonia, Noruega, Eslovaquia, Eslovenia, Suecia y Reino Unido.
- 2.-Retransmisión por satélite, en: Chipre, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Hungría, Lituania, Macedonia, Noruega, Eslovaquia, Eslovenia, Suecia.
- 3.-Retransmisión a través de redes digitales (por ejemplo, Internet), en: Chipre, Dinamarca, Lituania, Eslovaquia, Suecia.
- 4.-Reproducción con fines educativos, en: Austria, Chipre, Dinamarca, Finlandia, Alemania, Macedonia, Noruega, Eslovenia, Suecia, Reino Unido.
- 5.-Reproducción para investigación y archivo, en: Austria, Chipre, Dinamarca, Finlandia, Alemania, Macedonia, Noruega, Eslovenia, Suecia, Reino Unido.
- 6.-Compensación por copia privada (canon sobre soportes y dispositivos idóneos para llevar a cabo la reproducción: DVD vírgenes, hardware) en: Alemania, Austria, Bélgica, Chipre, Dinamarca, Finlandia, Eslovaquia, Eslovenia, Suecia.
- 7.-Explotaciones digitales: en: Bélgica (en parte), Dinamarca (en parte), Suecia.

Los titulares beneficiarios de estas entidades de gestión colectiva, según los diferentes países, son los siguientes:

- 1.-Periodistas asalariados de la prensa escrita (incluyendo fotógrafos, ilustradores, diseñadores gráficos, dibujantes...), en: Alemania, Austria, Bélgica, Chipre, Dinamarca, Finlandia, Francia, Hungría, Lituania, Noruega, Eslovaquia, Eslovenia, Suecia.
- 2.-Periodistas autónomos o free-lance de la prensa escrita (incluyendo fotógrafos, ilustradores, gráficos diseñadores, dibujantes, etc.), en: Austria (en parte), Bélgica, Chipre, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Lituania, Noruega, Eslovenia, Suecia y Reino Unido.
- 3.-Fotógrafos (como un colectivo independiente), en: Alemania, Austria, Bélgica, Chipre, Dinamarca, Finlandia, Lituania, Grecia, Suecia.

Muchas de estas entidades recaudan la copia privada correspondiente a los periodistas por la reproducción para uso privado de sus aportaciones periodísticas por parte de particulares. En España los periodistas no tienen reconocido el derecho a una remuneración compensatoria por la reproducción de sus obras. Así por ejemplo, el artículo 25 del TRLPI habla de la compensación por copia privada para los libros o publicaciones que a estos efectos se asimilen reglamentariamente al libro. Sin embargo el Real Decreto 1434/1992, de 27 de noviembre, de desarrollo de los artículos 24, 25 y 140 de la LPI, establece que “se entenderán asimiladas a los libros las publicaciones de contenido cultural, científico o técnico siempre y cuando: a) Estén editadas en serie continua con un mismo título a intervalos regulares o irregulares, de forma que los ejemplares de la serie lleven una numeración consecutiva o estén fechados, con periodicidad mínima mensual y máxima semestral. b) Tengan al menos 48 páginas por ejemplar”. Es decir, se ha redactado explícitamente para dejar fuera de cobertura las publicaciones periódicas como los diarios, los semanarios, los gratuitos o los nuevos medios digitales que se renuevan, no ya a diario, sino al minuto e incluso al segundo. De este modo se le niega al periodista cualquier compensación por la reproducción indiscriminada de sus textos por parte de terceros.

La opinión general es que en Europa, los periodistas, fotógrafos y profesionales de los medios carecen de una protección legal fuerte de sus derechos morales (el derecho de ser considerado autor y el derecho de impedir una utilización deletérea de su material periodístico) y no disfrutan el derecho individual de ejercer el control de su trabajo lo que esencial para mantener los estándares éticos que definen y garantizan un periodismo de calidad. Es difícil alcanzar esos estándares sin derechos. Eso es una razón más para oponerse al sistema americano-inglés de copyright que puede hacer (y hace) abandonar a los autores sus derechos morales.

Aunque la mayoría de las legislaciones europeas reconocen que los periodistas disfrutan de los mismos derechos de autor que los autores de obras literarias, directores de cine, los compositores, etc., también encontramos algunos países en los que no se protegen la obras periodísticas. En otros, las obras están protegidas pero no los periodistas, que como hemos comentado, trabajan como asalariados o free-lance y deben firmar unos contratos abusivos en los que ceden íntegramente todos sus derechos a la empresa editora sin límite de tiempo y para cualquier clase de explotación.

PERIODISTAS ASALARIADOS

Estos autores crean sus obras en el marco de contrato laboral. En muchos países europeos (por ejemplo, los países nórdicos) la cesión de los derechos del autor asalariado al empleador son objeto de cláusulas contractuales. Incluso si el acuerdo individual o colectivo no menciona la cesión de los derechos del autor, los derechos se transfieren mediante acuerdo tácito en la medida en que permiten al empleador realizar sus actividades comerciales propias como director de la publicación, lo que significa que los derechos remanentes (p.e. los derechos de reventa a terceras partes) son conservados por el autor asalariado hasta que el o ella concedan la licencia para su utilización. En algunos países, la legislación prevé esta presunción de transferencia. También existen ejemplos como el de los Países Bajos, donde los autores asalariados no conservan ningún derecho a menos que se estipule lo contrario en el contrato.

PERIODISTAS AUTÓNOMOS Y PERIODISTAS QUE TRABAJAN POR ENCARGO

Los autores autónomos y los que trabajan por encargo ceden sus derechos mediante un contrato escrito o un acuerdo tácito. El alcance que adquiere esta cesión se determina en función de una interpretación jurídica del acuerdo en cuestión. El personal periodístico o la plantilla de periodistas y los derechos de autor de los periodistas independientes y autónomos tienen una fuerte y común naturaleza. Si el sistema legal de la plantilla de autores (la mayoría de ellos periodistas) se reduce, deberán reaccionar inmediatamente de una forma negativa sobre la Freelancers, que precisamente no disfrutan de una fácil situación trabajando la mayoría de las veces solos, con muchas horas de trabajo sin pensión ni seguros sociales.

Según FIP: “Una buena práctica del copyright en los acuerdos colectivos y con contrato que están bajo un control administrativo, debe asegurar que las freelancers no puedan ser timados o estafados”.

En un sociedad de la información con una creciente concentración de la propiedad, y continuos procesos de asociación entre las firmas de los media, archivos digitales, productos multimedia, bases de datos y autopistas, es el momento crucial para la solidaridad entre plantilla del personal y los periodistas independientes y los fotógrafos y también entre los periodistas y otros grupos de autores.

La FIP afirma que a muchos periodistas autónomos e independientes se les ha pagado muy poco por un artículo original con unas extrañas condiciones que nunca se han negociado, pegadas a la vuelta del cheque; y concluye que los “freelancers” nunca han estado de acuerdo en vender estos derechos.

Según la FIP sobre Derechos de Autor, los periodistas deben procurar avance en el campo de los derechos de autor en los siguientes campos de actividad:

- Dirigirse a los representantes del poder legislativo para solicitarles que aseguren un mayor nivel de protección en la legislación del copyright, basada en el principio europeo de “droit d’auteur”.
- Participar en el trabajo que precede a la elaboración de proyectos de legislación
- Instar a los Sindicatos Nacionales y a la Federación Internacional de Periodistas para que sean visibles y audibles en los tribunales nacionales e internacionales del copyright.
- Tener el derecho de negociar los modos de utilización que los empresarios pretenden adquirir en el mercado.
- Tomar parte de las organizaciones administrativas colectivas en áreas limitadas donde esta utilización parece propia e incluso inevitable.
- Evitar un sistema de licencia obligatoria y apoyar la libre negociación de sistemas de licencia voluntario, en la administración central.
- Respaldar y apoyar a la propiedad intelectual como un elemento importante de política cultura.
- Producir modelos de contrato para los periodistas dependientes e independientes con el propósito de responder al desarrollo digital.
- Reclamar a las infracciones consistentemente.
- Intercambiar información y directrices de actuación para los freelancers, que con frecuencia trabajan solos.

Apoyar el logro de acuerdos en para los periodistas independientes y dependientes, que establezcan niveles similares de protección de los derechos de autor. 1) Respaldar los derechos morales y económicos de los autores de los Estados Unidos, en su réplica a los comentarios del grupo de trabajo sobre los Derechos de la Propiedad Intelectual, como parte de la Infraestructura de la Información de la Casa Blanca. Las recomendaciones del grupo de trabajo de la Casa Blanca, son un importante y sensacional paso para alcanzar un apoyo legal más razonable y condiciones para los autores, bajo la presente doctrina anglo-americana de los copyright “trabajos de alquiler”.

LOS USOS EN LÍNEA.

Las nuevas tecnologías y la aparición de productos electrónicos en soporte físico (CD-Rom) o en línea (Internet y otras redes telemáticas) han abierto por tanto un nuevo frente de polémica. ¿Deben negociarse de nuevo los derechos de los autores a la hora de publicar de forma electrónica productos previamente publicados en versión tradicional? La cuestión de saber si el uso en línea está incluido cuando, por ejemplo, un periodista autónomo entrega un artículo a un diario a cambio de una remuneración normal en el caso de una publicación impresa ha sido objeto de numerosos debates en los tribunales y se ha resuelto en la mayoría de los casos a favor de los periodistas autónomos.

En los países europeos de sistema de derechos de autor la respuesta a esta pregunta está clara desde el principio. Así se ha verificado en Alemania, Francia, los países nórdicos, Bélgica, Austria, los Países Bajos y varios otros países europeos.

Un caso fundamental es el auto del Tribunal de Estrasburgo (Francia) que impidió el 3 de febrero de 1998 la difusión por Internet de informaciones de France 3 Alsace, al no haber remunerado a los autores de las mismas. En los países de sistema legal de *copyright* costó algo más. Aunque en principio el Tribunal del Distrito Sur de Nueva York dio la razón al *New York Times*, cuando Tasini y otros periodistas interpusieron una demanda contra este diario alegando que había conculcado sus derechos de autor por haber editado sus textos, previamente editados en formato impreso, en un cederrón anual recopilatorio sin su permiso, más tarde el tribunal de alegación les dio la razón.

No obstante, el resultado no es tan cierto si el autor autónomo ha vendido artículos u otras obras para la publicación en un diario o revista bien conocido tanto por su publicación de manera impresa como digital. Si el o la periodista lo ha hecho durante un período de tiempo y ha aceptado la remuneración normal durante este período, incluso si fuera fácil establecer que el artículo también fue publicado en línea, dicha pasividad en relación con los acuerdos tácitos puede provocar que se pierdan el derecho a una renegociación por el nuevo uso.

DERECHOS DE AUTOR DE LOS PERIODISTAS EN CONVENIOS COLECTIVOS Y EN ACUERDOS SINDICALES.

En Dinamarca, el convenio colectivo de los periodistas, negociado por el sindicato Dansk Journalist Forbundet, se aplica a diversos medios de prensa escrita del país.

En Alemania, el convenio colectivo de prensa no diaria se aplica a la mayor parte de revistas del país. El convenio lo firmaron los sindicatos Deutscher Journalisten-Verband (DJV) y VERDI con la patronal Verband Deutscher Zeitschriftenverleger (VDZ). También están regulados los derechos de los periodistas en el convenio de sector de prensa diaria entre DJV, VERDI y Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV).

En Finlandia, el convenio colectivo sectorial se aplica tanto a la prensa diaria como a la no diaria y lo firmo el sindicato Suomen Journalistiliitto.

En Francia, los derechos de autor de los periodistas se regulan en los convenios colectivos de empresa firmados en distintos medios escritos por el sindicato francés de periodistas.

En el resto de Europa se intentan negociar convenios que regulen los derechos de los periodistas, como es el caso de Austria, Bélgica, Noruega, Suiza.

ANTE UNA NUEVA REFORMA DE LA LPI.

La Comisión de Cultura del Congreso aprobó por mayoría el informe de la Subcomisión que aborda la reforma de la Ley de Propiedad Intelectual (LPI) con la demanda al Gobierno para que modifique o incluso elabore una nueva normativa.

Las conclusiones se centran, en primer lugar, en la necesidad de una legislación que

proteja la propiedad intelectual y que se armonice con la legislación internacional al respecto. Asimismo, se hace hincapié en un sistema de gestión de derechos más transparente y que funcione mejor que el actual. Respecto a la copia privada, se pide al Gobierno un que aporte más luz e información sobre esta cuestión. En cualquier caso, el informe concluye en esta materia que no es bueno que el canon repercuta en el consumidor final.

El informe de la Subcomisión alude también a las medidas frente a las infracciones en Internet. No hubo acuerdo sobre la posibilidad de tratarlo en la Ley de Economía Sostenible (LES) aunque todos los grupos sí vieron necesario mejorar la oferta legal y estimular nuevos modelos de negocio.

CC.OO. propuso a la Subcomisión la modificación del artículo 32 del TRLP que reconoce un derecho de remuneración equitativa para el editor de la obra periodística cuando se realicen recopilaciones de artículos periodísticos que consistan básicamente en su mera reproducción y dicha actividad se realice con fines comerciales y el autor no se haya opuesto expresamente. Este artículo debe establecer también el reconocimiento de una remuneración al periodista, ya que se trata de un uso secundario de sus creaciones y no de la publicación inicial para la que se creó. Para ello, solicitamos que se establezca la obligación de que dicha remuneración sea compartida a partes iguales entre editor y periodistas, como mecanismo para que el periodista también se vea compensado por la explotación sucesiva de sus creaciones.

La modificación del Real Decreto 1434/1992, de 27 de noviembre, de desarrollo de los artículos 24, 25 y 140 de la LPI, con el fin de eliminar la limitación que establece que las obras protegidas “a) Estén editadas en serie continua con un mismo título a intervalos regulares o irregulares, de forma que los ejemplares de la serie lleven una numeración consecutiva o estén fechados, con periodicidad mínima mensual y máxima semestral. Con el fin de que el periódico sea una obra asimilable al libro y cuya reproducción genere una compensación equitativa a los periodistas como ocurren en otros países de la Unión Europea.

Clarificación del concepto de cesión temporal de la obra periodística y de su uso para fines no contemplados inicialmente. Y el reconocimiento claro de derechos de remuneración de gestión colectiva obligatoria al periodista por la explotación sucesiva de su obra, que deban hacerse efectivos a través de una entidad de gestión que agrupe a este colectivo.

Si bien el informe de la Subcomisión no entró en detalles y se limitó a las conclusiones de este informe instan al Ejecutivo a llevar a cabo políticas activas que restauren el consenso social” en España y solicitan una reforma coherente y sistemática de la LPI o incluso una nueva Ley.

El Sector Estatal de Medios de Comunicación de la Federación de Servicios a la Ciudadanía de Comisiones Obreras (CCOO) reclama que la Ley de Propiedad Intelectual incluya a los periodistas como beneficiarios de los derechos de autor junto con el resto de profesionales amparados (escritores, compositores, intérpretes de la música y actores). El hecho de no estar cubiertos por la ley en cuanto a la reutilización de su trabajo precariza aún más la difícil situación que padece la inmensa mayoría de los periodistas en España.

Los periodistas actualmente carecen de la posibilidad real de beneficiarse de cualquier uso secundario que se haga de sus creaciones y del éxito de su obra, asunto que otros países de la Unión Europea ya han solventado.

CCOO propone que el periodista también cobre, junto con el editor de la obra, cuando

ésta sea reproducida con fines comerciales en otros medios distintos al que motivó su creación.

Para CC.OO. el periódico es una obra asimilable al libro y por tanto cuya reproducción debe generar una compensación equitativa a los periodistas como ocurre en otros países de la Unión Europea, además debe clarificarse el concepto de cesión temporal de la obra periodística y de su uso para fines no contemplados inicialmente. ♦

BIBLIOGRAFÍA

DERECHOS DE AUTOR: MANUAL PARA LOS PERIODISTAS. FEDERACIÓN INTERNACIONAL DE PERIODISTAS.

INFORME SOBRE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL DE LOS PERIODISTAS EN EUROPA. AISGE.

EL DERECHO DE AUTOR DE LOS PERIODISTAS, NUEVOS PLANTEAMIENTOS EN INTERNET. Mairie-Isabelle Martínez, Universidad de Alicante.

DERECHOS DE AUTOR Y ACCESO A LA INFORMACIÓN: LOS CONFLICTOS DE LA ERA DIGITAL. Patricia riera Barsallo. Universitat Oberta de Catalunya.

ALGUNOS ASPECTOS DE LOS DERECHOS DE AUTOR DE LOS PERIODISTAS EN ESPAÑA. Rafael Diaz Arias.

JOINT REMUNERATION RULES FOR PROFESSIONAL FREELANCE JOURNALISTS WORKING FOR DAILY NEWSPAPERS. FEDERACIÓN INTERNACIONAL DE PERIDISTAS.

LA PROPIEDAD INTELECTUAL EN LA NUEVA ERA DIGITAL. Javier Villate.

REGULACIÓN DE LA COPIA PRIVADA A NIVEL EUROPEO Y JURISPRUDENCIA RECIENTE EN MATERIA DE REDES P2P. Francisco Javier Cabrera Blázquez. Analista, Departamento de Información Jurídica. Observatorio Europeo del Audiovisual.

DERECHOS DE AUTOR Y PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL PERIODISMO ESPECIALIZADO. TESIS DOCTORAL. Santiago del Valle Chousa.

INFORME SOBRE LOS SISTEMAS DE GESTIÓN COLECTIVA DE LOS DERECHOS DE AUTOR D ELOS PERIODISTAS EN LA UNIÓN EUROPEA. FEDERACIÓN EUROPEA DE PERIODISTAS. 2005

¿Es progresista defender los derechos de autor?

IGNACIO BAZARRA
Periodista

Es la enfermedad del siglo XXI: El Síndrome de Diógenes. Jóvenes y mayores, hombres y mujeres, niños y niñas, pobres y ricos, todos ellos sucumben a la patología. Navegar y almacenar, navegar y almacenar, navegar y almacenar. Surcar el ciberespacio, conectar incluso el piloto automático mientras dormimos, y volver a tierra con un buen cargamento de películas, canciones, vídeos, series, partituras, libros, noticias. Todo gratis. Gratis total, claro, porque la gasolina que nos proporcionan las compañías telefónicas para que removamos entre los contenedores no pasa de ser un módico canon: treinta, quizá cuarenta euros al mes, quizá 480 euros de nada al año para atiborrarnos de bienes ajenos y dejar en la maldita indigencia a “esos artistas”.

Artistas borrachos, chaqueteros, depravados millonarios que nos hacen soñar en la sala oscura, que nos adormecen con sus acordes, que nos despiertan la conciencia, que nos hacen llorar cuando queríamos reír, y nos dibujan una sonrisa cuando queríamos llorar. “Esos artistas” llevan tres milenios viviendo de las monedas que les dejamos en el sombrero. Los poderosos siempre han tendido a callarles la boca y a adornarlos de adjetivos. Titiriteros, payasos, gente del cine, farándula... “la ceja”.

“Esos periodistas”. El oficio más ambiguo del mundo. En la sociedad de la información, el periodista es el último mono. Condenado al paro y a la precariedad desde que sale despedido de la Facultad. Los poderosos siempre han tendido a callarles la boca y a adornarlos de adjetivos. Manipuladores, plumillas, gacetilleros... “la chusma”.

Unidos en la desgracia, periodistas y artistas se cuelan a diario en la vida de la gente. No pasa una hora sin que un ciudadano escuche una noticia, lea una información, visiona un vídeo o ponga una canción. Todas nuestras actividades están acompañadas de música, imágenes y noticias. En el gimnasio, en la escuela, en el baño, en la litera, en el coche, en la oficina. Gratis total.

“Una mañana en la América de la Era de Internet. Tras seis u ocho horas de ‘network deprivation’ -también conocido como sueño- la gente va despertándose y enchufando sus móviles y portátiles, antes incluso de depositar sus pies sobre el suelo y de atender necesidades biológicas más urgentes”. Así describía el nuevo despertar americano Brad Stone en el New York Times en agosto pasado, lejos de la imagen tradicional de la familia desayunando junta mientras el padre lee un gran periódico y la madre prepara las tostadas.

Como decía, todo gratis total. Claro. La juventud tiene derecho a la cultura, dicen. iPod, disco externo, pendrive, GoTV, Digital Plus, ADSL Mega, GPS, Netbook, PS3, TV LED, XBOX, Wii, todo gratis total para que la juventud acceda a la cultura. A asaltar los grandes almacenes. A chutarnos con el USB. Gratis para todos.

LA BUENA PRENSA DE LOS PIRATAS

Al fin y al cabo, los piratas siempre han tenido buena prensa. Si han sido capaces de enamorar a Virginia Mayo y Keira Knightley y atemorizar a la Armada de Su Majestad, cómo no van a ser capaces de asustar a legisladores y jueces. Y de poner a los periodistas a soplar a su favor. Unidos en la desgracia, artistas y periodistas se dan la espalda.

¿Cómo es posible que un movimiento agitprop, producto de una pinza entre sectores ultraconservadores y jóvenes anarcopop, nos haya convencido a izquierdas y derechas de que la cultura es “de todos”, pero no la vivienda, el capital, la calle o los medios de producción?

En Europa, 14,4 millones de familias viven de la creación. De esos artistas borrachos y depravados. En España, la industria cultural mueve 62.000 millones de euros y da trabajo a 1,2 millones de personas. Todas ellas, gente depravada y dotada de grandes cejas.

Los defensores de la libertad que copian contenidos sin permiso de sus autores y compran cultura al aire libre causaron unas pérdidas anuales de 1.700 millones de euros en 2008 a la industria nacional. Y mandaron a la calle a 13.200 españoles que intentaban vivir de la música, el cine o la literatura. Para 2015, según las proyecciones de la consultora TERA, de 611.300 a 1.216.800 personas habrán perdido su empleo por culpa de la piratería en Europa.

En el edificio de la FNAC en la calle Preciados, de Madrid, la primera planta estuvo siempre dedicada a los DVD, a las películas. La segunda, a los discos. Lo sabemos bien quienes disfrutábamos durante horas buscando las mejores ofertas en estos populares grandes almacenes franceses. Hoy, la primera planta ofrece variopintos productos culturales: GPS, telefonía móvil, consolas y videojuegos. Y la planta de discos ha arrinconado al fondo del pasillo los anticuados CD. El desmantelado escape discográfico lo ocupan ahora camisetas, pins, pósters, figuras góticas, ajedreces de los Simpson y espadas de Luke Skywalker.

Y es que las cifras cantan. Nuevamente. “En 20 años no habrá nada nuevo que piratear”. Lo decía en 2008 el presidente de la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI), John Kennedy. Su organización hizo público hace unos días su informe anual. Según ellos, la venta de álbumes disminuyó en todo el mundo un 7 por ciento. Y frente a casos como Francia y Reino Unido, que han aprobado nuevas medidas para luchar contra la piratería, mientras España encabeza la lista de los países más defraudadores, con una caída del 60 por ciento de la cifra de negocio de la industria discográfica en los últimos diez años.

Y qué decir de los periodistas. Mientras las informaciones circulan por la red libres de ataduras comerciales y de micro y macropagos, traducidas a todos los idiomas y colgadas en todo tipo de páginas, diccionarios y buscadores, sus autores son expulsados del mercado laboral en cifras que asustan a sus familias y a los sindicatos, pero no a un Gobierno que el 12 de noviembre de 2009 anunciaba que en “pocas semanas” presentaría sus conclusiones sobre la necesidad de proteger los derechos de propiedad intelectual de los contenidos informativos en Internet (El País, 13-11-09).

Los derechos de autor son impopulares. Como los impuestos. Nos convencimos hace años que pagar impuestos y al mismo tiempo vigilar que esos dineros se gasten decentemente y mejoren la vida de quines menos tienen nos hace mejores ciudadanos. Eso es progresista. ¿Será progresista pagar lo que le corresponde a quien nos hace feliz, nos hace llorar y nos evoca este y otros mundos con su voz, su letra o su

música? Que los inspectores fiscales tengan mala prensa, ¿justifica que defraudemos a Hacienda? Que las sociedades de gestión de derechos de autor nos caigan peor que el entrenador del Inter, ¿justifica que dejemos a los artistas sin su pan?

Anulado por el agitprop cualquier intento de reivindicar esos derechos, como auténticos Diógenes dejaremos a los creadores, a los artistas, a los intelectuales y a los periodistas, condenados a vagabundear eternamente en el mar Caribe mientras los piratas, como en las películas pirateadas, se llevan finalmente a la chica. ♦

Los medios de comunicación como nuevos poderes públicos

MANUEL NÚÑEZ ENCABO

Catedrático ad personam europeo Jean Monnet.

Ex consejero del Consejo Audiovisual de la Comunidad de Madrid.

En la nueva sociedad de la información, los medios de comunicación de masas (mass media), precisamente a consecuencia de la utilización de las nuevas tecnologías de la información, están adquiriendo una potencia, un alcance y una influencia social desconocidas históricamente.

Esta nueva realidad histórica trastoca y modifica todos los elementos básicos en que estaba fundamentado el desarrollo de la anterior etapa industrial. La propia estructura y funcionamiento del Estado de Derecho debe revisarse y desarrollarse con nuevas aportaciones partiendo siempre del esquema clásico de la separación de poderes y de la democracia representativa, que como tales deben salvaguardarse. Consecuentemente, también debe revisarse el concepto clásico de los medios de comunicación. Nos encontramos con una etapa histórica constituyente donde las realidades nuevas no pueden analizarse con esquemas mentales viejos y desfasados, esto es lo que todavía está ocurriendo en relación con el tratamiento de los medios de comunicación. Aunque es cierto que se pueden citar algunos grandes teóricos de la comunicación, como Mac Luhan, Habermas o Chomsky, no lo es menos que falta todavía la elaboración de un tratamiento pluridimensional e interdisciplinario por parte de intelectuales, pensadores, filósofos y sociólogos, etc., sobre la naturaleza, caracteres, finalidad y efectos de los medios de comunicación y el tratamiento jurídico y ético adecuado.

En unos momentos en que la potencia de las nuevas tecnologías de la información ha modificado sustancialmente la estructura y funciones de los medios de comunicación convirtiéndolos de hecho en auténticos poderes sociales públicos por su repercusión pública y social, todavía se intenta reducir el tratamiento de los medios de comunicación a la defensa de la libertad de expresión, identificando libertad de expresión con medios de comunicación, que a su vez pretenden ser intocables jurídica y éticamente con la coartada de representar a la propia libertad de expresión.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y OPINIÓN PÚBLICA

La situación actual es completamente diferente. Con la convergencia entre telecomunicaciones audiovisuales e Internet, los medios de comunicación han ido adquiriendo una nueva configuración y un alcance desconocidos, convirtiéndose en los principales vehículos de la existencia de la opinión pública, transfiriendo la información de la esfera pública a la privada. Los medios de comunicación no son actualmente asociaciones más o menos altruistas, sino empresas a través de las que intervienen frecuentemente los poderes económicos de la banca, las finanzas, los negocios y determinados sectores sociales con objetivos de hegemonía política y social, que frecuentemente intentan ejercer como poderes públicos sociales a través del manejo de la opinión pública.

Es un hecho que el influjo de la opinión pública, especialmente en el campo político, se ha convertido en uno de los factores que más repercusiones tiene en el desarrollo de la democracia, que con frecuencia condiciona la toma de decisiones de los poderes públicos y sirve para legitimar o deslegitimar su gestión. No es tarea fácil desentrañar su naturaleza y contenido porque es un concepto tan equívoco y esquivo que resulta difícil concretar su significado, por lo que existen múltiples interpretaciones erróneas o interesadas sobre el valor o sus límites. Ortega y Gasset expuso ya con claridad y profundidad la naturaleza y los caracteres de la opinión pública. Partiendo de las tesis del filósofo español se puede concretar el perfil de la opinión pública señalando que es *un conjunto de ideas y opiniones sobre temas de interés público que, independientemente de su apoyo en hechos o argumentos que justifiquen o legitimen su formación, la mayoría admite de manera más o menos coyuntural o pasajera con la creencia de que no es imprescindible nuestro apoyo personal para que existan. Más que sustentadas por nosotros, somos nosotros quienes nos apoyamos en ellas*. Ortega avisa “que no es fácil de ver, y aún vista, propende a escapar a nuestra intelección... aunque la opinión pública supone un poder incontestable frente al individuo y se constituye en un poder público como poder de la colectividad, de tal manera que el disenso individual se realiza a la contra”.

Este perfil de la opinión pública es compartido actualmente por los posteriores teóricos de este tema. Por ejemplo, Noelle Neumann la define como “la opinión dominante que obliga a la conformidad de actitud y comportamiento en la medida en que amenaza con el aislamiento al individuo disconforme o con la pérdida de apoyo popular al hombre político y proporciona la presión ambiental a la que las personas responden con solicitud ya sea con el consentimiento o con el silencio”.

Con anterioridad a la época actual eran escasos los temas públicos y políticos sobre los que se formaba una opinión pública generalizada que quedaba limitada a la opinión sectorializada de algunos sectores sociales sobre temas muy concretos, como señalaba Lazarsfeld. Actualmente, por primera vez en la historia, los medios de comunicación posibilitan una percepción simultánea y colectiva de la vida social en su conjunto, haciendo posible la existencia de una opinión pública general de la sociedad como tal, sobre los diversos temas de dimensión pública. Como señala Habermas, “los medios de comunicación liberan a los procesos de comunicación de la provincialidad que suponen los contextos limitados en el espacio y en el tiempo y hacen surgir espacios de opinión pública implantando la simultaneidad abstracta de una red virtualmente siempre presente de contenidos de comunicación muy alejados en el tiempo y en el espacio y poniendo los mensajes a disposición de contextos multiplicados” Esta situación histórica nueva, no existente en la época que escribe Ortega, condiciona y modifica el desarrollo de la vida política y social en todas sus dimensiones.

Por parte de los poderes públicos de los estados democráticos, ignorar la necesidad de los medios de comunicación y consecuentemente de la opinión pública, supondría estar fuera de la realidad. Asumir la mediatización de las sociedades modernas y también de los sistemas democráticos no debe llevar, sin embargo, a caer en el error contrario de subordinar su desarrollo a los mandatos de los medios de comunicación y de la opinión pública. La explicación es clara, puesto que del concepto de opinión pública se deduce que no se puede identificar sin más con opinión democrática ni con la suma de opiniones individuales. Basta recordar la posibilidad de que la opinión pública puede expresar en realidad la opinión del medio de comunicación que la crea o de los grupos de presión que a través de los medios de comunicación tengan el poder suficiente como para crear climas de opinión que se impongan como sentir común, reduciendo al silencio las posiciones contrarias. Es entonces cuando la mediocracia puede sustituir a la democracia y la “democracia de la opinión” a la democracia del Estado de Derecho.

Ya Tocqueville anunció que “cuando un gran número de órganos de prensa camina por la misma vía, su influencia a la larga llega a ser casi irresistible y la opinión pública que golpea siempre del mismo lado termina por ceder bajo sus golpes”.

La opinión pública, esté o no contrastada, intenta imponer siempre la convicción de que equivale a la suma de las opiniones individuales y para ello se sirve de las técnicas de los sondeos que trasladan la creencia de una objetividad total a través de un lenguaje de cifras y porcentajes y con el apoyo de la más sutil de las subjetividades: los editoriales a través de los que se presenta, explica y justifica el resultado de los sondeos. Se legitima así la opinión pública y la convierten en “opinión democrática”. El triunfo de la opinión pública y de los medios de comunicación legitimados y sacralizados por los sondeos se intenta presentar como la apoteosis del auténtico sentir social y político, aunque pudiese ocurrir que todo se redujese al espejismo de una realidad virtual.

La orgía de las encuestas, su pretensión de verdad, su ilusión de representar al sentir colectivo, tiene su soporte y altavoz en los medios de comunicación, editores y periodistas, y en una pequeña nomenclatura que se forma a su alrededor de columnistas, predicadores de tertulias y algunos intelectuales “mediatizados” que sirven de guinda estética. Todos ellos se convierten en oráculos de lo que piensan, de lo que quieren, de lo que creen los ciudadanos: *vox Populi, vox Dei*. La opinión pública se confunde e identifica así con la sociedad civil, nuevo término acuñado con la intencionalidad de contraponerlo a su vez con “la esfera menos legítima y representativa de la política”. Se desconoce así el genuino sentido cívico de la política que tiene sus raíces en la Polis griega y se muestra la ignorancia histórica de no recordar que a partir de la Revolución Francesa la sociedad civil se confunde con la política con representantes propios frente a otro tipo anterior de “Estados” o sociedades como la nobleza y el clero. Otra cuestión diferente es el problema del actual distanciamiento entre la política y los ciudadanos. La entronización de una opinión pública así diseñada como rectora de la vida política y social puede llevar a la paradoja de crear un espacio público que bajo la aparente visibilidad de acontecimientos concretos genere la opacidad de todo el entramado social y la pasividad de los ciudadanos estaría en las antípodas de la “sociedad de comunicación” diseñada por J. Habermas “basada en el consenso obtenido por el diálogo común efectuado desde la autonomía individual”: “la posibilidad de comunicarlo y de que todo hombre de razón lo halle válido”

La relación entre medios de comunicación, opinión pública y estructura de la vida democrática supone un proceso muy complejo por que la velocidad de funcionamiento y desarrollo de los flujos informativos desde la convergencia multimedia, hace la comprensión de la complejidad social cada vez más ardua y difícil, creando un desajuste poco visible pero profundo en el funcionamiento de los sistemas mediáticos entre la rapidez de la información y la necesidad de tiempos más reposados para el análisis, la evaluación y a resolución de los problemas públicos.

Ante la omnipotencia de los sondeos y de la opinión pública, retrocede el debate de las ideas, ya que la discusión colectiva se fija principalmente en interpretaciones de cifras y porcentajes. Seducidos por la opinión pública, los partidos y representantes públicos se olvidan también frecuentemente de ideales y programas, y reducen sus objetivos a una competición entre rivales y la política a una técnica para conquista a la audiencia y configurar la opinión pública.

El espacio político se reduce a la conquista o el mantenimiento del poder el éxito se busca aplicando a la política las técnicas de la mercadotecnia con el apoyo de los medios de comunicación. El fenómeno Berlusconi es el caso práctico más paradigmático de “democracia de opinión pública”, aunque también existen otros modelos diferentes.

Recientemente ante la pregunta ¿Y cómo encuentra Italia anteriormente con Berlusconi en el centro de todo?, Umberto Eco responde: “Antes se decía que el futuro de Europa sería Estados Unidos. Hoy desgraciadamente el futuro de Europa será Italia. La Italia de Berlusconi anuncia situaciones análogas en muchos otros países europeos. Donde la democracia entra en crisis, el poder acaba en las manos de quien controla los medios de comunicación. Así es que no se preocupen por nosotros, preocupense por ustedes mismos” (País Semanal, 25 de abril, 2010). En todo caso y sin menospreciar el influjo de los nuevos formatos de comunicación y redes sociales a través de Internet, todavía el máximo poder público social corresponde a los medios clásicos de prensa, radio y televisión, ya que a diferencia de Internet siguen configurando la opinión pública. Así ha puesto de manifiesto en las recientes elecciones británicas: “Lo realmente llamativo de la campaña electoral ha sido de la televisión, opina David Held, profesor de Ciencias Políticas de la London School of Economics. Mucha gente cree que las viejas tecnologías, como la televisión, eran menos antes que los nuevos medios en una campaña política. Muchos políticos británicos se han querido inspirar en la campaña de Obama como un ejemplo de cómo se usan los nuevos medios para complementar su campaña. Pero al final las elecciones se han visto sacudidas por una tecnología convencional como la televisión. El debate entre los candidatos a Primer Ministro ha tenido un papel esencial en provocar una discusión muy intensa entre los líderes de los partidos en torno a los asuntos que más preocupan. Y eso no tiene precedentes en la política británica. Por eso ha provocado tanta atención, por eso ha tenido un impacto tan asombroso.” (El País, 2 de mayo, 2010)

En la crisis política que se vive en España y que tiene raíces propias hay, sin embargo, suficientes datos que indican que se esta distorsionando y pervirtiendo el funcionamiento de la democracia y de los órganos del Estado de Derecho. En concreto, los órganos políticos y sus representantes han subordinado frecuentemente sus funciones y competencias, las estrategias de su actuación, sus acusaciones y defensas a la conquista de la imagen y de la opinión pública, acusando hipócritamente de ello a las partes contrarias; no es ajeno a esto la proliferación de gabinetes de imagen, de prensa, etc.

El vacío institucional y parlamentario está siendo cubierto por estrategias tendentes a resolver los conflictos jurídicos y políticos en el terreno de la opinión pública para configurarla a cualquier precio y conseguir así el prestigio, la credibilidad y la confianza social. La opinión pública se esta utilizando como atajo espurio; todos deberíamos ser conscientes del peligro de que una “democracia de opinión” sustituya la democracia desbordando los cauces establecidos por el Estado de Derecho. El mayor peligro de la crisis actual, que es predominantemente de carácter político, consiste en que se esta convirtiendo en una crisis del Estado de Derecho, por lo que para evitar el deterioro institucional es necesario resolverla en el campo propio de la política y no en el de los jueces ni en el de la opinión pública.

LA AMBIVALENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Si en la era de la información la reforma del funcionamiento de los poderes públicos del Estado de Derecho es urgente no lo es menos efectuar nuevos planteamientos sobre la naturaleza y funciones de los medios de comunicación. A la luz de la estructura actual y de su potencia y alcance en base a las nuevas tecnologías de la información es necesario redefinir la naturaleza de los medios de comunicación y concebirles no solo en el sentido tradicional o histórico de contrapeso de los poderes políticos tal como se ha entendido desde finales del siglo, sino también como contrapoderes frente a los poderes económicos privados que intentan privatizar o patrimonializar lo público utili-

zando precisamente la potencia de los medios de comunicación –opinión pública-. Este tratamiento de los medios de comunicación será, sin embargo, incompleto e imparcial si al mismo tiempo no se efectúa un estudio de los medios como nuevos y reales poderes públicos en sentido sociológico por su influjo en la opinión pública. Esta ambivalencia de los medios de comunicación a veces se confunde o reduce por ignorancia, hipocresía o interesadamente a uno solo de estos aspectos. En cuanto ejercen la libertad de información debe garantizarse sin reticencias su libertad de expresión. En cuanto poderes públicos, deben someterse al marco jurídico y ético correspondiente que es exigible a todas las instituciones dentro del Estado de Derecho. Sin embargo, actualmente este nuevo aspecto es ocultado o no es tratado con el rigor intelectual adecuado. Poner de relieve la mediocracia no es apuntarse a una teoría conspirativa sobre los medios de comunicación, sino que se encuadra en la lógica del funcionamiento del “mercado libre”, en cuyo marco cada poder económico o político siempre ha intentado utilizar todos los resortes para ganar cuotas de dominio y las herramientas indispensables son los medios de comunicación.

Hasta hace poco tiempo existía en la sociedad una clara diferencia entre los poderes públicos y los poderes económicos privados, estos últimos podían condicionar solo indirectamente la acción de los poderes públicos. Hoy, por el contrario, los poderes económicos pueden ejercer directamente como poderes públicos sociales a través de la propiedad de los medios de comunicación o de su financiación, utilizándolos con finalidad política. A pesar de que Thomas Carlyle, historiador escocés (1795 - 1881), describió por primera vez a la prensa como cuarto poder, más importante que los otros tres poderes tradicionales, la monarquía, la Cámara de los Lores y la de los Comunes, lo cierto es que hoy todavía no existe un tratamiento riguroso y sistemático de los medios de comunicación como poderes públicos, por que como advierte Ortega “existe el viejo vicio intelectual de no acertar a percibir una función social si no hay un órgano social especializado en servirla”

Sin embargo, cada vez de modo más frecuente se hace referencia desde diversos sectores representativos a los medios de comunicación como poderes públicos, sociales y políticos; por citar algunos ejemplos, ya el Secretario general de la ONU, Butros Gali, en una entrevista publicada por El País (23 de octubre de 1995), señalaba: “Además está el problema de los medios de comunicación. ¿Qué problemas? Solemos decir que hay dieciséis miembros en el Consejo de Seguridad. Los quince miembros más la CNN. El trabajo a largo plazo no les interesa, por que el margen de atención de la opinión pública es limitado. De veinte operaciones de mantenimiento de la paz, les interesa uno o dos. Hace dos años fue Mogadiscio. Ahora es Sarajevo, mañana será Haití. Y como consecuencia de la atención sobre una o dos no soy capaz de obtener resultados ni el dinero ni la atención para las otras diecisiete operaciones. A nadie le importaba lo que pasaba en Ruanda. Fue uno de mis mayores fracasos personales”

También los ciudadanos son cada vez más conscientes del poder de los medios de comunicación. Ya en una encuesta del CIS de 1995 señalaba que la mayoría de los españoles, el 73,9 por 100, consideraba que las instituciones más influyentes de la sociedad, mucho más por ejemplo, que el Gobierno, el Parlamento, la banca privada y las grandes empresas (*Diario 16*, 8 de junio de 1995).

De la veracidad de la información y de la ética de las opiniones vertidas en los medios de comunicación depende principalmente la opinión pública, factor real y de importancia incalculable en las sociedades modernas, sea libre o esté manipulada, en definitiva, que sea el elemento más dinamizador de la democracia existente en toda la historia o el más distorsionador. El problema es que la opinión pública sea la opinión de los medios de comunicación y no de opinión de la sociedad, que el poder público sea

de los medios de comunicación y no de la sociedad. Se debería efectuar un análisis de los diferentes factores causantes de la opinión pública en temas concretos de trascendencia política y social para comprobar el carácter legítimo o no de su formación, lo que serviría al mismo tiempo para obtener un barómetro de la credibilidad de los medios de comunicación. Por que cuando se pasan los efectos de la opinión pública nadie asume ni recuerda las consecuencias positivas o negativas de la misma que en su momento tuvieron. Desde las universidades se debería crear un centro de documentación y estudio con esta finalidad con la colaboración del CIS.

LA DEMOCRATIZACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN COMO DERECHO FUNDAMENTAL Y SUS EXIGENCIAS.

Si no hay duda de que los medios de comunicación actualmente se están convirtiendo de hecho en poderes públicos sociales, en una democracia deberían someterse a las exigencias del Estado de Derecho. El punto de arranque de todo el tratamiento jurídico y ético de los medios de comunicación debe partir del carácter de derecho fundamental de la información que emiten los medios de comunicación. Si bien es cierto que actualmente los ciudadanos no tendrán más remedio que resignarse a no poder utilizar con efectividad pública y social la libertad de expresión como emisores de información tal como he señalado en publicaciones anteriores, en contrapartida al menos como receptores deben asegurar su derechos fundamental a recibir informaciones tal como se señala en el artículo 20 de nuestra Constitución y el artículo 10 del Convenio Europeo de los Derechos Fundamentales y de las Libertades Públicas. Además, nuestra Constitución añade explícitamente que la información debe ser veraz, a lo que hay que añadir el pluralismo en las informaciones y opiniones, requisito que se deduce claramente tanto de los valores en que se basa nuestro texto constitucional como del Convenio Europeo y de diversas resoluciones del Parlamento europeo y del Consejo de Europa. Además, se admite por todos que también es exigible la ética en las opiniones. Por tanto, el derecho a la información debe entenderse como derecho a recibir informaciones y opiniones veraces, plurales y éticas. En la historia de los derechos fundamentales de la persona se pasa así de la libertad de expresión al derecho a la información, que tienen orígenes históricos y contenidos diferentes. El proceso cronológico no es lineal sino dialéctico. Así como el derecho fundamental a la libertad de expresión se considera como un derecho civil y político de la primera generación, el derecho a la información se debe encuadrar dentro de los derechos fundamentales, sociales y culturales de la segunda generación, que protegen a la persona en el desarrollo de su vida social y colectiva como derecho subjetivo público de carácter social y cultural, tal como se deriva de la doctrina aplicada por el Tribunal de Estrasburgo en relación con el artículo 10 del Convenio Europeo de los Derechos del Hombre y las Libertades Fundamentales. Como tal derecho comienza a desarrollarse coincidiendo con el nacimiento de la sociedad de masas producto de la revolución industrial y con el nuevo concepto de Estado social de Derecho. Es el momento en que los medios de comunicación se van transformando en medios de masas a partir principalmente del desarrollo de la radio y de la televisión y es cuando comienzan a satisfacer las necesidades colectivas y sociales de información y comunicación. Actualmente además, como consecuencia de la potencia de las nuevas tecnologías de la información, el derecho a la información debe considerarse también como un derecho fundamental de la tercera generación y ser conscientes de que tal como ocurre con el derecho al medio ambiente, toda agresión a la veracidad, al pluralismo y a la ética de las informaciones y opiniones a través de los medios de comunicación no sólo dañan a las personas o sectores sociales directamente

afectados, sino que también tienen repercusiones simultánea en toda la sociedad, creando una opinión pública que no se corresponde con la realidad. Teniendo en consideración el carácter de derecho fundamental de la información que se emite a través de los medios de comunicación, su valor cultural y educativo y su trascendencia para la existencia de la opinión pública y el desarrollo de la democracia, lo que excluye todo tratamiento de la información como mercancía, debería por tanto considerarse que los medios de comunicación públicos o privados ejercen una función que debe reconocerse como servicio público y como tal debe ser garantizada y protegida por las normas jurídicas correspondientes emanadas de los poderes públicos del Estado, que son los representantes legítimos de los ciudadanos y que responden política y jurídicamente ante ellos. Por eso, no es admisible afirmar que la actividad de los medios de comunicación queda reducida a una relación privada de mercado entre los emisores, los medios de comunicación, y los receptores, los ciudadanos, como frecuentemente se indica desde las empresas informativas para evitar toda clase de regulación de su actividad, porque tanto la libertad de expresión como el derecho a la información son derechos fundamentales públicos y por tanto afectan al mismo tiempo a la raíz misma de la persona y al desarrollo de la sociedad y de la vida social. Corresponde, por tanto, a los poderes públicos del Estado como representantes democráticos de los ciudadanos, proponer las medidas jurídicas y en su caso económicas si fuese necesario para que desde los medios de comunicación se hagan efectivos estos derechos garantizando el derecho a la libertad de expresión de los medios de comunicación, pero también elaborando el marco jurídico adecuado para exigir el deber de informaciones veraces desde el pluralismo informativo, independientemente de que el servicio público de la información sea ejercido por medios públicos o privados.

Desde la órbita política se debe reconocer la importancia de periodistas y medios de comunicación en su labor crítica y en el descubrimiento de casos graves de corrupción política, y en este sentido hay que apoyar sin reservas ni injerencias el ejercicio de la libertad de información y su labor al periodismo de investigación, que no debe confundirse con el de simple delación o el de dossier. Por contraposición, desde la órbita de los medios de comunicación se debe también reconocer que junto a su función legítima de contrapoderes críticos son empresas concretas que reflejan también en su seno importantes intereses económicos y políticos, y en este sentido se convierten en auténticos poderes sociales. En definitiva, las empresas informativas deben considerarse como señala el Consejo de Europa empresas socio-económicas. Desde los medios de comunicación se trata de garantizar simultáneamente y no por separado la libertad de expresión de los medios de comunicación y el derecho a la información, la veracidad, la pluralidad y la ética de las informaciones y opiniones de los ciudadanos, ya que ambos aspectos están íntimamente vinculados y constituyen la cara de la misma moneda.

Defender desde un autismo mediático una democracia directa supondría dirigir la sociedad únicamente con métodos plebiscitarios sin contrapesos equilibrados y sin garantías procedimentales y sin controles jurídicos y éticos previamente establecidos y podría conducir a la sociedad a un estado predemocrático regido por una única ley, la del mercado, que supondría la apropiación de lo público por parte de lo privado. Si es cierto que hoy no se puede gobernar ni organizar las sociedades desconociendo la existencia de la opinión pública y los medios de comunicación, no es menos cierto que la sociedad no puede vivir sin Gobierno y sin poderes legítimos del Estado. Ni el propio pueblo puede actuar como Gobierno ni tampoco los medios de comunicación. Es en el marco de la democracia representativa, del Estado de Derecho y de la división de poderes desde donde debe desarrollarse la democracia participativa.

Desde una perspectiva democrática del Estado de Derecho es necesaria también la de-

mocratización de los medios a través de una ordenación jurídica y ética adecuada para asegurar que tanto los medios públicos como los privados no se conviertan en unos poderes públicos sin control.

Por ello es necesario clarificar la naturaleza jurídica de la empresa informativa y su estructura interna para garantizar la libertad de los medios pero también la libertad en el interior de los medios, con el apoyo al pluralismo de opiniones y a la función propia de los periodistas, regulando el estatuto de la redacción periodística, la cláusula de conciencia y el secreto profesional, resolver la relación entre pluralismo y concentración de medios de comunicación para evitar los oligopolios o los monopolios y asumir el valor de la autorregulación de los códigos deontológicos como complemento del heterocontrol jurídico en relación con los contenidos informativos siempre que los códigos deontológicos merezcan tal nombre como propone el Consejo de Europa y ha sido asumido por la Federación de Asociaciones de Periodistas de España. FAPE y no supongan una simple utilización estética de la ética.

En España ante el caos multimedia existente, la llegada de la nueva Ley de la Comunicación Audiovisual debería servir para ordenar y clarificar el desarrollo de esta nueva etapa de la convergencia entre telecomunicaciones, audiovisual e Internet. Con todas las matizaciones, el nuevo Consejo Audiovisual debería suponer un antes y un después en el panorama de los medios de comunicación en España. Mucho dependerá de la idoneidad profesional y ética de sus miembros. ♦

BIBLIOGRAFÍA

- Montón Arribas, *La opinión pública: concepto y métodos*, Madrid, 1987. Y concretamente W. Lippmann, *Public opinion*, Nueva York, 1992. Y J. Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, Ed. G. Gili, Barcelona, 1994. Y K. Popper, *La opinión pública y los principios liberales, en conjuras y refutaciones*, Barcelona, 1983. Varios: "Media el controle des sprits", *Le Monde Diplomatique*, núm. 27, París, 1995.
- Ortega y Gasset, *El hombre y la gente*, II, Ed. Revista de Occidente, Madrid, 1972.
- Noelle Neumann, *La espiral del silencio*, Ed. Paidós, Barcelona, 1995.
- J. Habermas, *Teoría de la comunicación*, vol. II, Ed. Taurus, 1988.
- A. Touraine: *Qu'est ce que la démocratie?*, Ed. Fayard, 1994.
- Montesquieu, *El espíritu de las leyes*, Ed. Tecnos, Madrid, 1972.
- A. Minc, *L'ivresse démocratique*, Ed. Gallimard, París, 1995.
- A. T. Tocqueville, *De la démocratie en Amérique*, vol. II, Ed. Garnier, París, 1978
- Mac Luhan y M. Powers B., *La aldea global*, Ed. Gedisa, Barcelona, 1990.
- Antonio Garajon, *Justice et média*, París, 1995. *Soulez da riviére: Du cirque médiatico-judiciaire et des moyens d'en sortir*, Ed. Seuil, París, 1993.
- J. Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, Y "La Legitimidad hoy", *Revista de Occidente*, julio, 1975.
- Noam Chomsky y E. S. Herman, *Los guardianes de la libertad*, Ed. Crítica, Barcelona, 1990.
- Analyse critique de la portée et de l'application de l'article 10 de la Convention Européenne des droits de l'homme. Dossier 10. Strasbourg. Conseil de l'Europe. 1995.
- L'éthique du Journalisme*. Rapporteur M. Núñez Encabo. Conseil de l'Europe. Strasbourg, 1993.
- Núñez Encabo, *Sociedad de la información y convergencia multimedia en el marco jurídico europeo*, en el libro colectivo *Derecho informático*. Ed. Assimelec, Madrid, 2009.
- Castell Manuel, *Comunicación y poder*. Alianza Editorial, Madrid, 2009.