

Derechos de autor de la obra periodística en Internet

Javier Díaz Noci

PID_00170523



Los textos e imágenes publicados en esta obra están sujetos –excepto que se indique lo contrario– a una licencia de Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada (BY-NC-ND) v.3.0 España de Creative Commons. Podéis copiarlos, distribuirlos y transmitirlos públicamente siempre que citéis el autor y la fuente (FUOC. Fundació para la Universitat Oberta de Catalunya), no hagáis de ellos un uso comercial y ni obra derivada. La licencia completa se puede consultar en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.es>

Índice

1. Terminología.....	5
2. Dos grandes sistemas jurídicos.....	7
3. Propiedad o licencia de uso.....	11
4. A quién protege el derecho de autor.....	13
5. Qué protege el derecho de autor. Tipos de obras.....	17
6. La estructura del derecho de autor.....	22
6.1. Derechos morales	22
6.2. Derechos patrimoniales	25
6.3. Cesión de derechos	28
6.4. Otros derechos	30
6.4.1. Derechos de artistas y ejecutantes	30
6.4.2. Derechos <i>sui generis</i> : bases de datos	31
7. Contratos, convenios, avisos legales y licencias.....	32
7.1. Contratos	32
7.2. Convenios nacionales, sectoriales y colectivos	33
7.3. Avisos legales	34
7.4. Licencias: <i>Creative Commons</i> y <i>Color Iuris</i>	34
8. Jurisdicción aplicable.....	36
9. Estudio de caso.....	38
9.1. Introducción	38
9.2. Objetivos de enseñanza	39
9.2.1. Dimensión conceptual	39
9.2.2. Dimensión analítica	39
9.2.3. Dimensión de la presentación	40
9.3. Estructura del caso	40
9.4. Definición de las alternativas	43
9.5. Jurisprudencia de aplicación al estudio de caso	44
Bibliografía.....	45

1. Terminología

La primera cuestión que quisiéramos dejar clara tiene que ver con la terminología, a veces un tanto confusa, de la materia que tratamos. Sobre todo, hay tres términos que a veces se emplean de manera intercambiable y que, aunque coloquialmente puedan serlo, conviene aclarar antes de seguir adelante. Se trata de **propiedad intelectual**, **derecho** (o **derechos**, en plural) **de autor** y **copyright**.

Empezamos por el último, **copyright**, que es el primero en surgir históricamente. A principios del siglo XVIII, en Inglaterra, la discusión entre autores y editores (*publishers*, es decir, básicamente impresores) acaba, por primera vez en Europa, con el sistema de licencias y privilegios con que las monarquías absolutas distinguían a algunos impresores y –en menor medida– autores durante un periodo de tiempo determinado para que pudiesen publicar, con exclusión de cualquier otra persona, determinada obra impresa. El **derecho de copia** (eso es lo que, literalmente, quiere decir *copyright*) protege, por tanto, el mercado de obras impresas, que eran las que fundamentalmente se producían en la época.

El término *copyright* se ha mantenido en los países de tradición jurídica anglosajona, o *Common Law*, hasta la actualidad, si bien hoy en día no se refiere sólo y exclusivamente al derecho de copia (o al derecho de distribución de ejemplares físicos, como diríamos hoy), sino que engloba otros derechos que iremos viendo en las próximas páginas. *Copyright* es como se denomina en países como el Reino Unido o los Estados Unidos de América al sistema de protección legal de los derechos de los autores, y no sólo de obra impresa. De hecho, ésta será una constante de la legislación sobre el tema, la necesidad de adaptarse a nuevos tipos de obras y la aparición de nuevos derechos.

Históricamente, el segundo país en promulgar una ley de protección a los autores de obras intelectuales es la Francia de la Revolución de 1789. Primero, las leyes se denominan de *propriété littéraire* y luego, de *propriété intellectuelle*. Queda de nuevo claro cómo se ha ido extendiendo la protección jurídica de los autores de obra impresa a otro tipo de creadores, a medida que las nuevas tecnologías permitían crear obras audiovisuales o, en la actualidad, multimedia.

Estas primeras leyes francesas de las postrimerías del siglo XVIII sentaron las bases de las legislaciones del ámbito jurídico continental, es decir, las de aquellos países como la propia Francia, Italia, Alemania, España, etc., cuya tradición jurídica es de raíz latina. Así, desde entonces las leyes de estos países se denominan de propiedad intelectual, como por ejemplo, sin ir más lejos, la actual española Ley de Propiedad Intelectual 1/1996, Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (en adelante, TRLPI). Cabe señalar que aunque en los diferentes códigos civiles, por ejemplo el español, se incluye dentro de

Referencia bibliográfica

P. J. Barberán Molina (2010). *Manual práctico de propiedad intelectual*. Madrid: Tecnos.

Referencia bibliográfica

N. Pérez de Castro (2001). *Las obras audiovisuales. Panorámica jurídica*. Madrid: Reus.

las propiedades especiales (como los ríos y montañas también), la propiedad intelectual no podría ser considerada en puridad un tipo de propiedad, porque carece de los atributos que caracterizan a ésta. Por ejemplo, no es transmisible *ad aeternum*, sino que las obras intelectuales, al contrario que las materiales, a partir de un determinado plazo entran a formar parte del dominio público.

La definición de **propiedad intelectual** del Ministerio de Cultura español es la siguiente:

"La propiedad intelectual es el conjunto de derechos que corresponden a los autores y a otros titulares (artistas, productores, organismos de radiodifusión...) respecto de las obras y prestaciones fruto de su creación."

Ministerio de Cultura (s. f.). *Definición de la propiedad intelectual*. [Disponible en línea].

Por ello, la doctrina –que no la legislación, como hemos visto– prefiere hablar de derecho de autor, en singular, cuando se trata del sistema de protección legal de las obras intelectuales, y de derechos de autor, en plural, cuando nos referimos a cada uno de los diferentes derechos, morales o patrimoniales, que protegen al autor o autores de esas obras. En la tradición anglosajona del *Common Law* y del *copyright* se habla siempre de *authors' rights*, que será el término que fundamentalmente emplearemos en este módulo.

Hay otra razón para preferir *derechos de autor* a *propiedad intelectual*: si bien en los países de tradición jurídica latina como el nuestro ambos términos se emplean habitualmente como sinónimos, en los de tradición jurídica anglosajona *intellectual property* es más que *authors' rights* y más que *copyright*. El término *intellectual property* engloba allí derechos que aquí son objeto de las leyes de propiedad industrial, y que se regulan de forma diferente y en un código diferente: patentes, marcas comerciales y diseño, entre otros.

2. Dos grandes sistemas jurídicos

Como ya hemos apuntado, a pesar de la variedad de leyes de propiedad intelectual –una por país– se pueden distinguir dos grandes grupos correspondientes a cada uno de los dos sistemas jurídicos occidentales:

- El de raíz romana o latina, también denominado –sobre todo por parte de los juristas del otro grupo– de derecho civil o continental. Lo componen la mayoría de países de Europa, salvo el Reino Unido y Holanda –cuyo sistema podría ser considerado mixto–, es decir: España y los países latinoamericanos, Francia y todos los países de su órbita, Alemania, los países nórdicos, Italia, etc.
- El del *Common Law*, compuesto por el Reino Unido (si bien la tradición es más inglesa que escocesa, por su pasado católico), los países de la Commonwealth y Estados Unidos, principalmente.

Los países del segundo grupo, cuando hablan de ley, no piensan necesariamente, como nosotros, en un código escrito, sino en un sistema de precedentes judiciales (*judge made law*) o, permítasenos el "latinajo", la doctrina de la *stare decisis* ('estarse a lo decidido', literalmente). Es decir, la norma es lo que los jueces hayan decidido previamente al examinar diversos casos, algunos de los cuales se convierten en paradigmáticos. En los países del primer grupo como el nuestro, los diferentes casos son la jurisprudencia, que ayuda a interpretar la ley, pero no son la ley. La ley es, en nuestro caso, la Ley de Propiedad Intelectual.

Sin embargo, también en los países de *Common Law* existen leyes escritas de derechos de autor, que generalmente se denominan *Copyright Act*. De hecho, la primera ley de propiedad intelectual del mundo es inglesa, el *Statute of Anne* (Estatuto de la Reina Ana) de 1710. Por eso, cuando hagamos algún tipo de referencia o comparación con las normas de aquellos países nos referiremos tanto a sus códigos como a sus casos.

Para alivio de todos, la extensión de la red Internet ha hecho que el derecho de autor se haya internacionalizado. Aunque a veces eso es un problema¹, ha tenido el efecto positivo de que se han tratado de **armonizar las diferentes leyes**. Es decir, se han reducido las particularidades y se ha conseguido que los derechos reconocidos por los diferentes países sean los mismos; eso en principio, porque los países de *Common Law* mantienen particularidades que los hacen diferentes.

Referencia bibliográfica

A. Strowel (1993). *Droit d'auteur et copyright: divergences et convergences: étude de droit comparé*. Bruselas, París: Bruylant.

Referencia bibliográfica

V. Iturralde Sesma (1995). *El precedente en el Common Law*. Madrid: Civitas.

Referencia bibliográfica

Intellectual Property Law 2010-2011 (2010). Milton Park, Nueva York: Routledge.

⁽¹⁾. ¿Qué legislación se aplica?, ¿qué tribunales deciden? y, sobre todo, ¿cómo se hace para juzgar al presunto delincuente?

En todo caso, la Unión Europea y la Organización Mundial de Propiedad Intelectual, la OMPI (o WIPO –World Intellectual Property Organization–, según sus siglas inglesas) han tratado que las diferentes normas se parezcan cada vez más, que los términos de protección sean similares, y que los diferentes países reconozcan las obras y los derechos generados por los autores de otros países.

Vale la pena recoger literalmente la definición de propiedad intelectual que hace la OMPI, que es la que aceptan todos los países que son miembros de esta organización de las Naciones Unidas:

"La propiedad intelectual (PI) tiene que ver con las creaciones de la mente: las invenciones, las obras literarias y artísticas, los símbolos, los nombres, las imágenes y los dibujos y modelos utilizados en el comercio.

La propiedad intelectual se divide en dos categorías: la propiedad industrial, que incluye las invenciones, patentes, marcas, dibujos y modelos industriales e indicaciones geográficas de procedencia; y el derecho de autor, que abarca las obras literarias y artísticas, tales como las novelas, los poemas y las obras de teatro, las películas, las obras musicales, las obras de arte, tales como los dibujos, pinturas, fotografías y esculturas, y los diseños arquitectónicos. Los derechos relacionados con el derecho de autor son los derechos de los artistas intérpretes y ejecutantes sobre sus interpretaciones y ejecuciones, los derechos de los productores de fonogramas sobre sus grabaciones y los derechos de los organismos de radiodifusión sobre sus programas de radio y de televisión."

OMPI. "¿Qué es la propiedad intelectual?"

La principal diferencia entre estos dos grandes sistemas era, originalmente, que mientras el *copyright* es hijo de la mentalidad comercial inglesa, de su revolución burguesa, anterior a la francesa o continental, y del mundo de la imprenta, nuestro sistema es hijo de la Revolución francesa y de la confianza en el individuo, la persona natural de nuestro ordenamiento jurídico, "que crea una obra [...] expresada por cualquier medio o soporte, tangible o intangible", la cual "corresponde al autor por el solo hecho de serlo".

El *copyright* hace residir su confianza en la empresa (la persona jurídica) como motor de la actividad y del mercado intelectual, de información o de entretenimiento. El derecho de autor confía en la capacidad creativa de las personas (físicas) y, subsidiariamente, en la de las jurídicas.

Adelantamos, sin embargo, que esta situación ha cambiado parcialmente con la última reforma de la Ley de Propiedad Intelectual española, sobre todo por la presión de las empresas productoras de diarios, preocupadas por lo que consideraban una intromisión de las empresas que confeccionaban resúmenes de prensa o *press clipping*.

Referencia bibliográfica

J. C. Erdozain (2002). *Derechos de autor y propiedad intelectual en Internet*. Madrid: Tecnos.

Referencia bibliográfica

OMPI (2007). *Principios básicos del derecho de autor y derechos conexos*.

Ved también

Veremos los cambios que la TRLPI ha provocado en este ámbito en el capítulo "Cesión de derechos".

Las diferencias en la regulación de los derechos de los autores entre un sistema jurídico y otro son básicamente las siguientes:

Common Law	Derecho civil de raíz latina
Origen: basado en el derecho de copia de los editores (<i>copyright</i>).	Origen: la propiedad literaria y, por extensión, toda obra del espíritu.
<i>Entrepreneurial</i> (empresarial): considera que el motor de la creación intelectual son las empresas (ejemplo típico: la producción audiovisual de Hollywood). El productor es considerado autor.	Autoral: considera que el motor de la producción intelectual son las personas individuales (personal). El productor no es considerado autor.
Derechos morales de los autores: aceptación tardía a instancias de la OMPI. Pueden ser cedidos.	Derechos morales de los autores: irrenunciables, inalienables, intransferibles. No pueden cederse a terceras personas.
Derechos patrimoniales o de explotación: la persona jurídica (la empresa) puede ser considerada autor.	Derechos patrimoniales: son personales y originarios.
<i>Work made for hire</i> : subrogación de la empresa en la condición de autor.	La cesión a las empresas puede ser exclusiva o no. Especial consideración de los autores asalariados, con un sistema de excepciones.

Una de las principales diferencias, que impidió una armonización anterior de las legislaciones de los países de ambos sistemas jurídicos, es el reconocimiento de los derechos morales², que en nuestra tradición son derechos personales, mientras que en los países del *Common Law* se pueden ceder a la empresa. O mejor dicho, la empresa se puede subrogar en la condición de autor.

Otra diferencia es que en nuestro sistema jurídico los derechos morales y los patrimoniales son originariamente del autor. Permanecen en su esfera de propiedad hasta que no se produce una cesión, siempre parcial y temporal, que puede ser mediante la mención expresa de "todos los derechos reservados" (*copyright*), que impide la ulterior reproducción mediante un carácter de exclusividad al cesionario (que, como trataremos de demostrar en esta investigación, las empresas periodísticas siempre buscan en su propio beneficio) o no. Pueden, por tanto, cederse todos los derechos o sólo alguno (lo que el movimiento de software libre ha dado en llamar *copyleft* o "algunos derechos reservados"), y con un alcance generalmente limitado y pactado, al menos en teoría, entre las partes, según el principio, igualmente hijo de la Revolución francesa, de la autonomía de la voluntad recogido en el artículo 1.255 de nuestro Código civil ("Los contratantes pueden establecer los pactos, cláusulas y condiciones que tengan por conveniente, siempre que no sean contrarios a las leyes, a la moral ni al orden público").

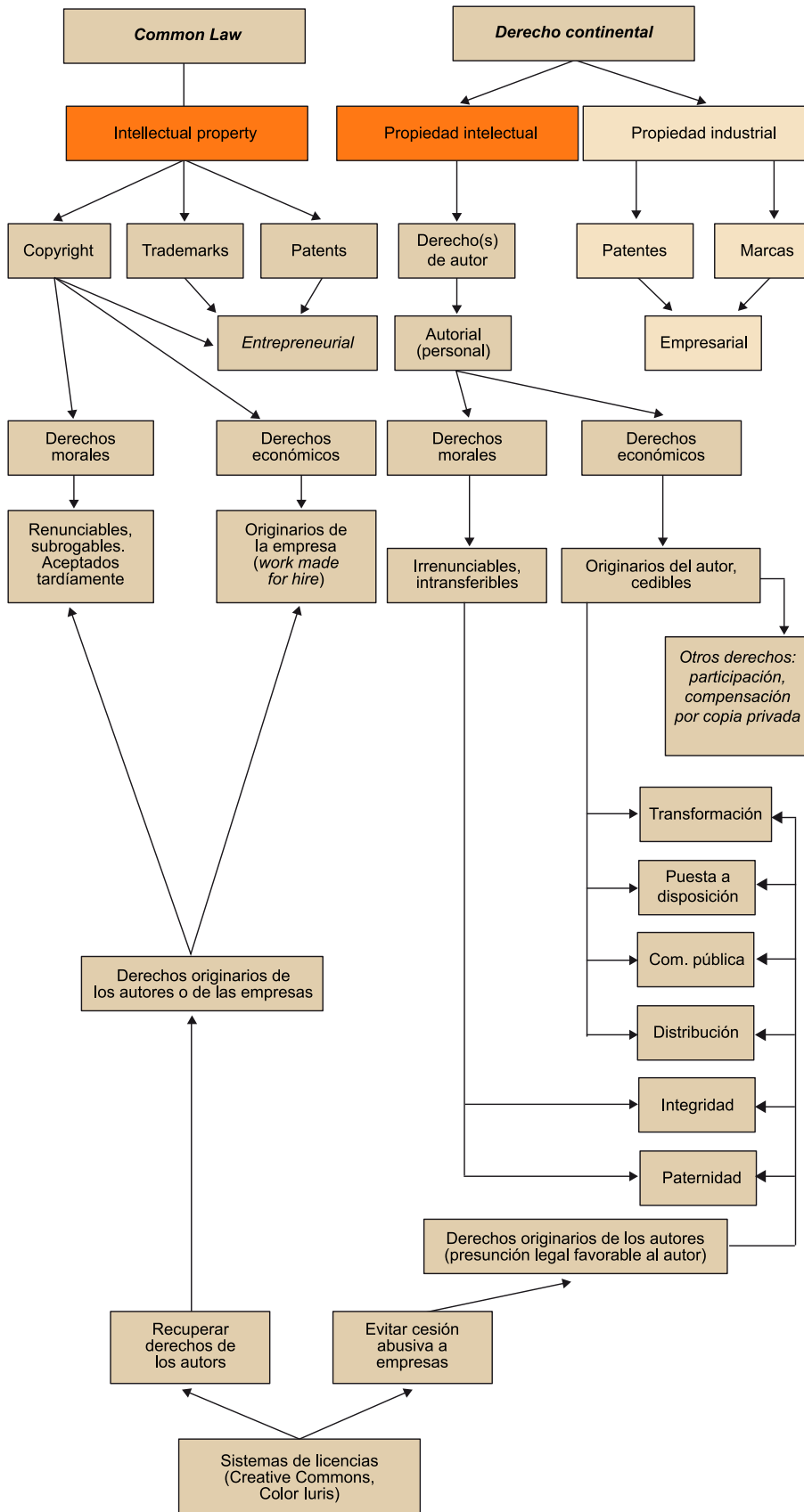
Referencia bibliográfica

C. Colombet (1997). *Grandes principios del derecho de autor y los derechos conexos en el mundo. Estudios de derecho comparado*. Madrid: UNESCO, CINDOC (CSIC).

⁽²⁾ Hay quien argumenta que los derechos morales son derechos personalísimos, pero claramente están fuera del elenco de los mismos en la Constitución española, que los reduce a los de intimidad, imagen, honor, domicilio y comunicaciones.

Referencia bibliográfica

J. M. Desantes Guanter (1993). "El derecho de autor en la Constitución española de 1978". *Cuadernos constitucionales de la Cátedra Fadrique Furió Ceriol* (n.º 3, pág. 5-19).



3. Propiedad o licencia de uso

La propiedad intelectual se recoge, de forma no demasiado ortodoxa ni eficaz en nuestra opinión, en el Código civil español entre las "propiedades especiales" del título IV, junto con las aguas y los minerales. La propiedad intelectual se recoge en el capítulo II, artículos 428 y 429, el primero de los cuales ya determina con claridad que "el autor de una obra literaria, científica o artística, tiene el derecho de explotarla y disponer de ella a su voluntad".

Queda claro que la propiedad intelectual no disfruta de las mismas características de la propiedad material desde el momento en que, como hemos dicho, los derechos sobre la obra del espíritu caducan: 70 años después de la muerte del autor pasan al dominio público. Es mejor, por lo tanto, evitar hablar de propiedad, o pensar en esos términos, y hacerlo de *licencias de uso*.

Como veremos más adelante, hay dos tipos fundamentales de derechos, los morales, que sí serían en principio ilimitados en el tiempo y cuya protección se extiende mucho después del fallecimiento del autor (siempre hay que citar al autor de una obra, por ejemplo, reconociéndole su paternidad sobre la misma); y los patrimoniales, que están siempre limitados en el tiempo. Estos últimos se ceden pero no de forma eterna, sino por un periodo de tiempo más o menos largo, precisamente para que puedan obtener rendimientos económicos los autores o sus herederos. Estos derechos no pueden, por así decirlo, ejercerse después de 70 años de muerto el autor (en general), porque pasan al dominio público.

Ejemplo

Pueden, por ejemplo, publicarse las obras de Cervantes sin contar con el permiso de sus herederos, porque el bueno de don Miguel hace bastante más de 70 años que falleció, y pueden traducirse sin que haya que pagar nada a nadie. Pero quien publique sus obras no puede atribuirse la autoría de las mismas ni, al menos sin dejarlo claro, recortar el texto.

Por lo tanto, haríamos bien en pensar que cuando adquirimos derechos de publicación, distribución o modificación de una obra, o cuando los cedemos a otra persona, natural o jurídica (por ejemplo, una editorial o un medio de comunicación), lo estamos haciendo con las limitaciones y el alcance que se negocie en su momento. Porque otra particularidad de nuestro sistema jurídico es que **todos los derechos son originariamente del autor**, es decir, que permanecen dentro de su dominio, de su esfera jurídica, mientras no los ceda mediante un contrato, mediante, si así se quiere, una licencia. Eso exactamente son las *Creative Commons* o las *Color Iuris*.

A veces se cree erróneamente que cuando, por ejemplo, media un contrato laboral –uno civil es otra cuestión–, todas las obras que durante su horario de trabajo produzca una persona, un periodista por ejemplo, son cedidas de forma

Referencia bibliográfica

R. Bercovitz Rodríguez-Cano (coord.) (2001). *Manual de propiedad intelectual*. Valencia: Tirant lo Blanch.

Ved también

Veremos con más profundidad estos dos tipos de derechos en el capítulo "La estructura del derecho de autor".

Ved también

Veremos estos dos tipos de licencias en el apartado: "Licencias: *Creative Commons* y *Color Iuris*".

automática a la empresa, a la persona jurídica, siempre según los términos que se expresen en el contrato de trabajo y en los convenios colectivos, nacionales o sectoriales (por ejemplo, el convenio de una empresa, el convenio nacional de prensa, etc.). En esto nuestro sistema también se diferencia un tanto del anglosajón, donde existe la figura jurídica del *work made for hire*, que supone que en determinados casos se considere que, si una persona trabaja para una empresa y ha cedido los derechos, la autora de esas obras es la propia empresa. Eso no es posible con tanta crudeza en los países con tradición jurídica latina, ya que los **derechos morales** son **intransferibles** e **irrenunciables**.

4. A quién protege el derecho de autor

El derecho de autor protege, como su nombre indica, al autor; y en nuestra legislación, *quien paga no es el autor*³, al contrario de lo que ocurre, por ejemplo, en los Estados Unidos, como ya se ha dicho. Esto no quiere decir que quien paga no tenga derechos. Quiere decir que, originariamente, todos los derechos son de la persona natural que los crea. La Ley de Propiedad Intelectual dice en su artículo 1 que "la propiedad intelectual de una obra literaria, artística o científica corresponde al autor por el solo hecho de su creación", es decir, no necesita registrarla, al contrario de lo que ocurre en otros países como Estados Unidos, donde los derechos patrimoniales pueden ser de quien registra la obra. En nuestro país existe también un registro de la propiedad intelectual, pero no es obligatorio depositar la obra, aunque si se hace, queda probado que dicha creación existe al menos desde ese momento, y si hubiese controversias con otro autor, tendría preferencia aquella obra que ha sido registrada, porque podría probar su existencia desde el momento en que se llevó al organismo público. En ningún caso (STS de 14 de octubre de 1983) la falta de registro concluye con la obra en el dominio público. Dicho de otra manera: el **registro** tiene un **valor probatorio**, pero **no constitutivo**. El derecho, por tanto, no se constituye por registrar la obra, sino por crearla. La publicación de la misma, si se hace con todas las garantías, prueba igualmente que dicha obra existe desde ese momento.

Por otra parte, si bien hay determinadas obras, como las literarias, que pueden ser registradas –y conviene hacerlo antes de su publicación–, otras, por su propia naturaleza de creación muy rápida, son difíciles de registrar. Es el caso de las noticias, más aún si se publican en Internet. Ni su número ni la velocidad con que se producen son susceptibles de registro, pero eso no las priva de derecho alguno.

El artículo 5 de la Ley de Propiedad Intelectual considera autor a la **persona natural** que crea alguna obra, si bien la protección legal se extiende a las **personas jurídicas** en algunos casos, sin que puedan ser consideradas autores.

Se presume, además, que es autor quien firma la obra, lo que constituye uno de los derechos morales –y por tanto personales e irrenunciables– que se reconocen a los autores: decidir si se firma o no la obra, y cómo se firma, si con el propio nombre, con seudónimo o de forma anónima. Este aspecto afecta a la obra periodística, porque hay libros de estilo que determinan cuándo y cómo debe firmarse una información. Si se trata de una mera noticia sin demasiada aportación del periodista, una mera relación de datos por así decirlo, normalmente se decide que la información no será firmada o lo será a nombre

⁽³⁾ *Quien paga no es el autor* es el título de un libro que trata sobre este tema. La referencia del libro es: **C. Busch y otros** (2003). *Quien paga no es el autor. Los creadores de imágenes y sus contratos*. Madrid: Trama editorial.

del medio. En caso contrario, corresponde al autor o autores firmar la pieza (o reconocer, por ejemplo, la autoría de una agencia de noticias si se emplea material servido por ésta).

Corresponde igualmente al periodista, como hemos dicho, decidir exactamente cómo la firma, aunque es habitual llegar a un acuerdo con la empresa, ya que las informaciones firmadas con nombres y apellidos reales acostumbran a tener más credibilidad de cara al público. Puede ocurrir que un mismo periodista firme las informaciones con su nombre real (o con iniciales, si se trata de un texto breve, o de un despiece; esto también puede establecerse en el libro de estilo) y las columnas de opinión con seudónimo. Y, en la historia del periodismo, no han sido infrecuentes ni los seudónimos ni que un mismo periodista haya empleado varios a lo largo de su carrera, incluso simultáneamente.

En Internet, cabe recordar que los metadatos permiten indicar la autoría, ya que existe un campo o *tag* específico para ello, aunque por las razones que sean no aparezca en el texto accesible al público el nombre del autor.

Derecho a no firmar

Cuestión diferente es si el medio puede obligar a firmar a un periodista las informaciones. En principio, el autor puede negarse a que aparezca su nombre por razones muy diversas: ideológicas, de calidad, porque se le ha cambiado algún elemento del texto (el titular, por ejemplo) y considera que se ha desvirtuado el sentido de su obra, etc. Seguramente no puede negarse a redactar ese texto, si le obliga el contrato, aunque pueda acogerse a la cláusula de conciencia, que dice que si la empresa cambia de propietarios y de orientación ideológica el periodista puede solicitar rescindir el contrato con los derechos de indemnización que le daría un despido por parte de la empresa, o acogerse al estatuto de redacción, si lo hay. En cualquier caso, parece claro que ni la empresa puede obligar al periodista a firmar las informaciones, ni puede retirarle la firma de la misma.

Cualquier autor tiene derecho, por tanto, a ser reconocido como autor de su obra y solicitar tanto reconocimiento moral como económico, si le corresponde. En el caso del periodismo, y más en un esquema de trabajo tan rápido como es Internet, es muy frecuente que una misma información vaya siendo modificada a lo largo del día, mediante adición de nuevos párrafos, por ejemplo, o reescritura de otros, o incluso resumen o supresión de algunas líneas. Es muy frecuente la reutilización de material por parte de otros compañeros y de la empresa, pero también por otras empresas, sobre todo en Internet, en virtud de los acuerdos con terceros de la empresa para la cual trabaja el periodista. En todo momento, con la ley en la mano, el periodista, el fotógrafo, el dibujante tienen derecho a ser mencionados como autores de su obra, aunque sea un breve párrafo añadido al final o en medio de otra información, a la que sirve como complemento.

El autor de los comentarios y otras aportaciones del lector es, sin duda alguna, el lector que los envía bajo su nombre o con uno (o varios) seudónimos o *nicknames*. Estas aportaciones no sólo se producen en Internet, sólo hace falta mirar la información meteorológica de muchas televisiones, públicas o priva-

Referencia bibliográfica

C. Doutrelepon (1997). *Le droit moral de l'auteur et le droit communautaire: analyse en droit comparé et en droit européen*. Bruxelles / París: Bruylant.

Referencia bibliográfica

S. de Valle Chousa (2005). *Los derechos de autor y la propiedad intelectual en el periodismo especializado*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Servicio de Publicaciones.

das, para comprobar que el público puede enviar de forma rápida, sistemática y con una calidad que muchas veces nada tiene que envidiar a la de los profesionales del medio audiovisual, fotos o vídeos que se muestran públicamente.

Por lo general, las empresas entienden que la cesión se hace en los mismos términos de exclusividad y libertad de negociación, publicación e incluso modificación con que tratan las obras de sus periodistas. Ya no es infrecuente que los avisos legales de los cibermedios mencionen la cesión expresa de derechos de los lectores, y algunos como el portal brasileño *Globo* –uno de los conglomerados empresariales mediáticos más poderosos de América Latina–, ya mencionan que en caso de producirse algún tipo de beneficio económico por la explotación de estos contenidos, los autores de los mismos –comentarios, pero más frecuentemente vídeos, fotografías, textos enviados por los usuarios en el más puro estilo del periodismo participativo– tendrán derecho a percibir un porcentaje de los mismos. En realidad, tampoco se trata de nada nuevo bajo el sol: en la prensa impresa pasaba lo mismo con las cartas al director, y es por tanto menos que dudoso que el medio, o un periodista del mismo, puedan publicar una antología de esas cartas al director sin contar con el permiso expreso de sus autores.

NYTimes.com

Algunos medios, como *NYTimes.com*, dedican todo un apartado de su aviso legal a los *user generated contents*. Se incluyen tanto comentarios como servicios del tipo *TimesPeople* o incluso *reader reviews*, o críticas realizadas por los usuarios. Normas que en otros medios encuentran acomodo más como recomendaciones éticas, aquí son elevadas a la categoría de norma jurídica (contractual, por aceptación de dichas normas por parte del usuario). Además de las consabidas reglas de respeto, prohibición de enviar contenidos pornográficos, abusivos, xenófobos, etc., se establece muy claramente que habrá un propósito no comercial por parte del usuario. Pero, por el contrario, la empresa se asegura una cesión exclusiva de lo que envía el usuario, mediante esta cláusula bien explícita:

"You grant NYT a perpetual, nonexclusive, world-wide, royalty free, sub-licensable license to the Submissions, which includes without limitation the right for NYTimes.com or any third party The New York Times designates, to use, copy, transmit, excerpt, publish, distribute, publicly display, publicly perform, create derivative works of, host, index, cache, tag, encode, modify and adapt (including without limitation the right to adapt to streaming, downloading, broadcast, mobile, digital, thumbnail, scanning or other technologies) in any form or media now known or hereinafter developed, any Submission posted by you on or to NYTimes.com or any other Web site owned by NYT, including any Submission posted on NYTimes.com through a third party."

Los derechos morales –en este caso, el de paternidad– hacen igualmente imposible que se pueda revelar públicamente la identidad del autor de un comentario –como de cualquier otra obra– que se firme con seudónimo, si bien con limitaciones: el respeto a los otros, la no usurpación de personalidades ajenas, etc. El sistema de *nicknames* hace que, aunque el medio sepa a quién pertenecen –o quién es la persona que declara estar tras ellos–, sea difícil en la práctica cumplir esta norma. En todo caso, el sistema de registro –el de *Guardian Unlimited* es uno de los más completos– trata de evitar precisamente que sólo se pueda identificar a los autores de los comentarios mediante el *nickname* o *nicknames* empleados, y no mediante su nombre real.

Todos los medios se reservan, obviamente, la posibilidad última de no aceptar o de eliminar cualquier comentario. La opción de eliminar resultaría más problemática, según las diferentes legislaciones nacionales, porque se trataría de retirar una obra del mercado, una acción que es más difícil llevar a cabo *a posteriori* que *a priori*, momento en el que sólo supone una simple no aceptación de una obra sometida a consideración de la persona jurídica que la publicaría en su caso ("*to our sole discretion*"). Existen, pues, dos tipos de normas: las que se refieren a la publicación y las que se refieren a la eliminación o modificación de la obra publicada; en términos de *Guardian Unlimited*: "publication of any material you submit to us will be at our sole discretion. We reserve the right to make additions or deletions to the text or graphics prior to publication, or to refuse publication."

Como establece, por ejemplo, el aviso legal de *Guardian Unlimited*, la responsabilidad también es del usuario: los derechos del material que envía (texto, fotos, etc.) deben ser suyos y no de una tercera persona. Es decir, el usuario que decide enviar contenidos tiene que asegurar ante cualquier instancia que dispone del *copyright* sobre esa obra, del tipo que sea. En este caso, también el medio se desentiende de toda responsabilidad.

5. Qué protege el derecho de autor. Tipos de obras

Las leyes de propiedad intelectual protegen a cualquier persona que haya creado cualquier tipo de obra, **siempre que sea original**. Un profesor de derecho acostumbraba a poner el ejemplo de que si su hijo de corta edad hacía un castillo de arena en la playa y lo hacía sin copiar ningún modelo, el solo hecho de modelar esa construcción ya le hacía merecedor de la protección del derecho de los autores.

La nota de originalidad de la obra implica sólo eso, que no se trata de una mera copia o reproducción o calco de la naturaleza –como el caso, muy discutido, de las "meras fotografías" (aquellas que reproducen, como si fuese un facsímil, una página impresa o una pintura)–; en ningún caso es, como repetidamente han dictaminado los tribunales de prácticamente todo el mundo, un juicio sobre la calidad de la misma, que es una actividad que no corresponde al estamento judicial. Es decir, no se protege más ni mejor al autor de una excelsa novela o de una escultura inmortal que al autor de un reportaje en un medio de provincias, pongamos por caso.

De esta manera, el elenco de obras que los medios de comunicación publican y que son susceptibles de ser protegidas por los mecanismos del derecho de autor son múltiples: noticias en formato textual, audiovisual o infográfico (2D o 3D), textos de opinión, fotografías, vídeos, viñetas, incluso libros de estilo o de diseño. También, dentro de la protección *sui generis* que le reserva la ley, una base de datos, que es realmente lo que son los medios actualmente: enormes repositorios de información de todo tipo, gestionados por motores de búsqueda, interfaces y sistemas de gestión de contenidos o *content management systems* (CMS) que configuran la arquitectura de información de un sitio web informativo.

Por lo que se refiere a la naturaleza de la obra periodística, no puede alegarse que en una profesión donde cada vez se hacen más reportajes y menos noticias estas obras sean meras "informaciones de actualidad" sin intervención del espíritu, como hacía la infortunada redacción del Convenio Internacional de Berna de 1886, que distinguía entre meras informaciones, no protegibles, y piezas que sí serían objeto de la atención de las normas de protección de la propiedad intelectual.

Hay, sin embargo, una serie de excepciones legales que afectan a la obra periodística, que han provocado y provocan múltiples discusiones. Una de estas excepciones es la de cita, que es más general: toda obra puede ser citada dentro

de otra obra, al menos un fragmento, siempre que aparezcan la fuente y el autor, en algunos supuestos tasados: con propósitos investigadores o docentes, o con ocasión de acontecimientos de actualidad.

La TRLPI dice que "cualquier obra susceptible de ser vista u oída con ocasión de informaciones sobre acontecimientos de la actualidad puede ser reproducida, distribuida y comunicada públicamente, si bien sólo en la medida en que lo justifique dicha finalidad informativa", y en su artículo 33 establece entre las excepciones legales que, si no se hace constar reserva expresa de derechos, "las noticias de actualidad difundidas por los medios de comunicación pueden ser reproducidas libremente por otros citando siempre autor y origen". El *quid* de la cuestión es la mínima originalidad de la obra, para que no sea considerada una simple noticia, lo que afecta de forma especial a las agencias; así, el aviso legal de Europa Press se encarga de recordar que los contenidos de su página web (despachos de agencia, los más claramente susceptibles de ser considerados "meras noticias", si bien todos tienen un autor y un trabajo de elaboración detrás), "son obras originales y protegidas por el derecho de propiedad intelectual, respecto a los cuales Europa Press se reserva todos los derechos", "ya sea por haberlos creado ella misma ya sea por ser legítima cesionaria de un tercero".

Sentencia sobre los resúmenes de prensa

A *sensu contrario*, debe entenderse que las noticias de prensa (y de prensa digital) cuentan con esta nota de originalidad cuando son reproducidas por los resúmenes de prensa. El Juzgado de lo Mercantil nº 6 bis de Madrid lo reconoció el 13 de abril del 2009 en su sentencia del caso AEDE contra Documentación de Medios, cuando asegura de esta última empresa:

"Es evidente que su actividad carece de creatividad o esfuerzo creativo alguno que otorgue al resultado un valor distinto y superior que la mera recopilación de reproducciones, limitándose a escudriñar –bien de modo manual o mecanizado informáticamente– el contenido de los periódicos de prensa escrita editados por las actoras para seleccionar y recopilar aquellos que responden a los parámetros señalados por los clientes, para periódicamente incluir su mera reproducción en la revista entregada periódicamente al cliente en soporte escrito o digital, percibiendo por ello una remuneración, con aprovechamiento del esfuerzo y actividad empresarial y comercial ajena, sin más esfuerzo propio que el citado".

La sentencia recalca que:

"El artículo periodístico divulgado en cuanto hecho relevante que dota de importancia mediática al mismo y le dota de interés para los clientes [...] se incardina en la actividad empresarial de las demandantes y justifica la lícita **compensación** [la negrita es nuestra] a que el precepto se refiere."

J. Díaz Noci (2004). *Los resúmenes de prensa en los gabinetes de comunicación. Una aproximación jurídica*. La Coruña: NetBiblos.

Por otro lado, además de las obras individuales, es muy frecuente encontrar **obras llevadas a cabo por varias personas**, con diferentes grados de participación, sobre todo en el caso del periodismo, más aún en el caso del ciberperiodismo, donde se dan procesos productivos colaborativos. La legislación española es, en este sentido, algo diferente a la de otros países. A veces establece

una distinción aclaradora, pero en otros casos se trata de figuras algo confusas. Se trata de la **obra en colaboración**, de la **obra compuesta** y de la **obra colectiva**.

- La **obra en colaboración** es aquella creada por varios autores (un reportaje de dos personas, por ejemplo). Se trata de una obra unitaria, no de la presencia en una obra de piezas de varios autores (un texto y una fotografía de diferentes autores, por ejemplo). La aportación puede ser diferente, y han de ser los autores quienes determinen en qué porcentaje se produce su aportación y, en consecuencia, su beneficio. En el caso del periodismo, cuando se trata de autores asalariados, se supone que todos ellos cobran un sueldo, por lo que esta regla no procede. En cambio, cuando se trata de colaboradores que envían una pieza para su publicación, son ellos quienes deben determinar cómo se reparten los beneficios derivados de su explotación.
- La **obra compuesta** es aquella que se produce a partir de otra obra, es decir, la que incorpora una obra ajena sin intervención –pero obviamente con el permiso– del autor de la obra preexistente. Es también un caso muy típico del periodismo, y más aún del periodismo en Internet. Es lo que se denomina *mash-up*, es decir, un refundido de obras preexistentes. El ciberperiodismo está lleno de este tipo de obras. Una noticia a la que se le añaden enlaces que remiten a noticias relacionadas, publicadas previamente por el medio, podría ser considerada una obra compuesta.

Un especial, que recoge noticias, fotografías, vídeos, infografías sobre un tema concreto (por ejemplo, el campeonato mundial de fútbol, o unas elecciones) y que, por tanto, produce una obra nueva a partir de obras previas, sería también una obra compuesta. Aquí hay que distinguir también dos niveles de autoría, el de las obras individuales que la obra nueva incorpora, que se respetan, y la autoría de la nueva obra, que debe, para ser considerada como tal, tener un mínimo de originalidad. Es decir, que un mero repertorio de enlaces o de piezas previas es una recopilación, que está incluida en otro supuesto que luego examinaremos, pero no en el de obra compuesta.

- La **obra colectiva** es aquella que es "creada por la iniciativa y bajo la coordinación de una persona natural o jurídica que la edita y divulga bajo su nombre", según el artículo 8 de la Ley de Propiedad Intelectual. Se trataría, por ejemplo, de un informativo de televisión, de un periódico o revista o del sitio web de un medio de comunicación. Bajo su nombre (*New York Times*, *Informativos Telecinco*, *ElPaís.com*, por ejemplo), una empresa reúne aportaciones diversas para ofrecer un producto informativo compuesto por textos, fotografías, vídeos, sonidos, dibujos, infografías de varios autores. Aquí cabría distinguir dos niveles de protección: el dispensado a cada una de las aportaciones (cada una de las noticias, de las fotografías, de los vídeos, y así sucesivamente) y a sus autores uno a uno, y el procurado al conjunto de la obra colectiva (del periódico, de la página

Referencias bibliográficas

J. F. Ortega Díaz (2006). *Los enlaces en Internet: propiedad intelectual e industrial y responsabilidad de los prestadores*. Pamplona: Aranzadi.

Referencia bibliográfica

R. Bercovitz Rodríguez-Cano y otros (2006). *Las reformas de la Ley de propiedad intelectual*. Valencia: Tirant lo Blanch.

web), de la que es titular la persona jurídica, es decir, la empresa. Este tipo de obras ha resultado muy beneficiado mediante la última reforma de la Ley de Propiedad Intelectual en España.

Por lo que se refiere a los derechos de autor de los periodistas, las empresas, es decir, las personas jurídicas a quienes la ley atribuye la autoría –en tanto son promotores y organizadores– de las obras colectivas, se han constituido en *lobby* y han conseguido que se les atribuya por defecto la gestión y los beneficios de las obras de sus autores cuando éstas se reproducen en resúmenes de prensa. Es muy cuestionable que se trate de la reproducción de obras colectivas, y no de obras individuales publicadas dentro de esas obras colectivas; en un *press clipping* se reproducen noticias concretas, no toda la página web, el informativo de radio o el diario, por lo que es del todo dudoso que los periodistas no deban recibir ningún tipo de compensación a cambio. De hecho, creemos que sí deben recibirla según el nuevo artículo 33 de la TRLPI. Existen, por el momento, pocas cláusulas de pago compensatorio a los periodistas en ese concepto o en el de gestión de la cesión de los derechos de sus obras a terceros.

Internet ha introducido algunos cambios en la gestión de obras, o mejor dicho, ha multiplicado cuestiones que previamente ya existían. No parece justo que el autor obtenga la misma compensación por una obra que antes de Internet se reproducía una sola vez y ahora, muchas. A veces, el problema se plantea con contratos a periodistas o fotógrafos suscritos antes del nacimiento de la World Wide Web: el periodista escribía y el fotógrafo producía sus imágenes para un diario impreso, o el cámara lo hacía para una televisión por ondas hertzianas, pero ahora esos mismos medios tienen versiones digitales, que muchas veces son confeccionados por empresas diferentes (aunque del mismo grupo) y que, a su vez, mantienen acuerdos de cesión o reproducción con terceras partes. No parece lógico que cuando un mismo periodista (polivalente) debe hacer varias obras (textos, sonidos, imágenes) y crear con ellas una obra compuesta (un reportaje de televisión que luego se puede emitir en Internet), siga teniendo la misma compensación que cuando no se le pedía o no ofrecía esa misma cualificación profesional polivalente. Esto se ha solucionado o mediante cláusulas del convenio colectivo o mediante cláusulas adicionales al contrato. Obviamente, los contratos de la era digital ya contemplan estos supuestos.

Generalmente, las empresas que producen y gestionan el contenido de las páginas web son diferentes de la empresa matriz (una excepción sería The New York Times Company). De ahí el interés, por ejemplo, de la reforma legal francesa para que, por defecto, se entienda que la obra es cedida para su reproducción inmediata en todas las empresas del grupo. Si no, la cesión debe hacerse empresa a empresa. Hay también otros modelos, como por ejemplo la creación de una empresa aparte de las propiamente editoras, que únicamente gestiona el contenido producido por los trabajadores de todas ellas; los periodistas, fotógrafos, etc., trabajan en realidad para esa empresa, que, al contar con la cesión en exclusiva y la posibilidad de negociar cesiones a terceros, se

Referencia bibliográfica

M. V. Jiménez Martínez (2005). *El autor y las publicaciones periódicas: el régimen jurídico específico del texto refundido de la Ley de propiedad intelectual*. Alcalá de Henares: Universidad de Alcalá de Henares. Servicio de Publicaciones.

Referencia bibliográfica

I. Garrote Fernández-Díez (2003). *El derecho de autor en Internet. Los Tratados de la OMPI de 1996 y la incorporación al Derecho Español de la Directiva 2001/29/CE*. Granada: Comares.

encarga del reparto de los materiales a las empresas del grupo o a otras terceras personas. Se trata de un modelo que comienza a estar extendido en Brasil. Las agencias gestionan la reutilización de los contenidos a ellas cedidos.

6. La estructura del derecho de autor

Como ya hemos adelantado, los derechos de autores fundamentalmente son de dos tipos: **derechos morales** y **derechos patrimoniales**. Las últimas versiones de las leyes de propiedad intelectual suelen tratar, además, otros dos grupos de derechos, que tienen una cierta incidencia en el periodismo en Internet: los **derechos conexos** o **de los intérpretes y ejecutantes**, tan típicos de la música (una cosa es el autor de una canción y otra su intérprete, aunque pueden coincidir) o del cine (una cosa es el autor de una película, y otra cosa sus actores), y los **derechos *sui generis*** sobre determinados tipos de bases de datos.

6.1. Derechos morales

Los derechos morales, como ya hemos explicado, corresponden más bien a la esfera personal del autor, a su reputación y buen nombre, aunque puedan tener, de manera directa o indirecta, repercusiones económicas. Por ejemplo, que se mantenga la firma de un autor sin su consentimiento en un reportaje al que se ha cambiado el titular y alterado el sentido original –supuesto que, desgraciadamente, no es del todo raro– no sólo supone un atentado contra su propia decisión, sino que le puede resultar perjudicial si durante su vida laboral intenta cambiar de medio, porque su reputación profesional ha podido sufrir un descrédito importante. Por ello, no es una cuestión menor hacer respetar estos derechos.

Al contrario que los derechos patrimoniales o de explotación, los derechos morales, en nuestro sistema jurídico, son **irrenunciables** e **intransferibles**, no se pueden ceder, ni perder, ni enajenar ni subrogar. En los Estados Unidos o en otros países de legislación de *Common Law* esto no es así, ya que siempre se han resistido a aceptar estos derechos, por su concepción mucho más empresarial de la propiedad intelectual (el autor de una película es la productora, no necesariamente su director, por ejemplo), de manera que se permite que puedan ser cedidos por la persona natural a la jurídica, por el periodista a la empresa, por ejemplo. No de una forma ilimitada, por otra parte, como demuestra el famoso caso *Tasini et al. vs New York Times*, en el que la Corte Suprema de los Estados Unidos decidió dar la razón a Jonathan Tasini y otros periodistas del citado rotativo e impedir que se publicasen sin la correspondiente compensación económica las piezas informativas que habían realizado mediante su contrato con el periódico impreso en un CD-ROM recopilatorio. El caso marcó un antes y un después en todo el mundo.

Los derechos morales, básicamente, son los siguientes:

Referencia bibliográfica

M. González López (1993). *El derecho moral del autor en la ley española de propiedad intelectual*. Madrid: Marcial Pons.

- **Derecho a la divulgación de la obra.** También existe el derecho a **no divulgarla** (derecho de inédito, es decir, dejar la obra sin publicar) y, consecuentemente, retirarla del mercado en un momento dado.

Retirarla del mercado puede resultar difícil, e incluso poco eficaz o poco lógico, en el caso de informaciones de actualidad. Hasta la llegada de Internet, las noticias eran un producto caduco; ahora, en cambio, adquieren una dimensión modular y van alimentando una base de datos: la exclusiva de hoy es la noticia relacionada de mañana, la documentación de la información de actualidad futura y, una vez concluido el contrato laboral por la causa que sea, habría que ver con qué derecho los medios mantienen esa obra en sus hemerotecas, ahora digitales, y las continúan explotando. Algunos de esos periodistas, con el tiempo, se convirtieron en autores famosos y cotizados. Hay que recordar que ninguna obra puede ser cedida de forma indefinida en el tiempo.

En cuanto a la posibilidad de no permitir que la obra se publique, el caso de un periodista asalariado puede resultar más complicado. En cualquier caso, la ley estipula que si se produce la retirada de una obra del mercado, el autor deberá indemnizar al cesionario, en este caso, a la empresa que le contrata, por los daños causados. No obstante, tampoco son infrecuentes los casos en que un periodista pueda negarse –alegando, por ejemplo, la cláusula de conciencia– a redactar o publicar bajo su nombre determinada información, si bien, como ya hemos mencionado antes, esto afectaría a otro derecho moral, el de paternidad.

- **Derecho de paternidad de la obra**, que básicamente consiste en que el autor o autores pueden en todo momento reclamar ser reconocidos como tales. Este derecho se extiende hasta después de muerto y debe entonces ser ejercido por sus derechohabientes o por las instituciones públicas.

En el caso de la prensa existe lo que se ha denominado "renuncia a la firma", "por el cual el periodista que quiere ocultar voluntariamente su identidad por diferentes motivos [...] señala expresamente y por escrito su deseo de que no conste la identidad en un artículo o una fotografía", como explica Barberán. Es decir, guarda para sí, en el futuro, el derecho de revelar su identidad, tanto si deja la obra anónima, sin firmar, como si lo hace con seudónimo. Este derecho sólo corresponde al autor, y si se vulnera, dará lugar a una indemnización.

El artículo 6 del Estatut de la Corporació Catalana de Mitjans de Comunicació

Es curioso que, en su artículo 6, el *Estatut de la Corporació Catalana de Mitjans de Comunicació*, una empresa pública, se detiene un tanto en el derecho (por otra parte, ya presente e irrenunciable, como moral que es, en la TRLPI) "a hacer constar su nombre en las informaciones y en los materiales informativos que elaboren, de acuerdo con su intervención y las características de la información y del material", dejando al albur de cada medio (¿debe entenderse, de quienes los dirijan, y no de los autores, como establece la ley?) "la forma concreta en que ha de figurar el nombre de los autores y de otras personas que intervienen en el proceso de elaboración y difusión de la información y del material informativo, según los diversos tipos y características, será determinada por cada medio". Fuente: Traducción del original en catalán del *Estatut de la Corporació Catalana de Mitjans de Comunicació*.

Referencia bibliográfica

P. J. Barberán Molina (2010). *Manual práctico de propiedad intelectual* (pág. 69). Madrid: Tecnos.

- **Derecho a la integridad de la obra.** Se trata de otro derecho moral reconocido a los autores que se vulnera con una cierta facilidad en los medios de comunicación. La jurisprudencia y la propia profesión entienden que las necesidades informativas, a veces muy perentorias, pueden provocar situaciones en las que se tengan que completar o corregir informaciones fuera del turno del periodista que originalmente las redactó, que suelen solventarse retirando la firma del periodista o añadiendo la de quien modificó la información. Lo que no existe en ningún caso, sin embargo, es el derecho a modificar la obra en un sentido no deseado por el autor o sin buena voluntad (es decir, contraviniendo lo que en la doctrina anglosajona entraría dentro del *fair use*), tergiversando por ejemplo el significado de la información original. La inclusión de enlaces a información relacionada, siempre que se hagan con lógica y sean indicativos del destino real, puede ser otra solución que no alteraría, se entiende, este derecho.
- **Derecho de modificación de la obra.** De forma paralela, el autor tiene reconocido el derecho moral de modificación de la obra. Es el único que, si así lo desea, puede cambiar la obra. En el campo del periodismo, este hecho puede dar lugar a situaciones tensas, sobre todo cuando la obra está publicada o a punto de hacerlo –y en Internet, ese proceso es mucho más rápido, aunque también más fácil de solucionar. No debe confundirse con el derecho patrimonial de transformación de la obra, que sí puede cederse, por ejemplo, para su traducción o adaptación a otro formato. Al contrario que los otros derechos morales, éste, por sus especiales características, sólo abarca la vida del autor. Los otros, como ya hemos dicho, pueden considerarse ilimitados o eternos.
- **Derecho de acceso al ejemplar único o raro de la obra.** La obra es el trabajo material que se plasma en un soporte, no el propio soporte. La propiedad material del soporte (por ejemplo, los negativos de una fotografía) puede ser de la empresa que lo pagó y los custodia, pero eso no le da derechos especiales sobre la obra (en el ejemplo fotográfico, la imagen), ni le permite reproducirlos sin consentimiento del autor. Éste, cuando no tiene ninguna otra copia, puede solicitar el acceso y la copia de su propia obra, asumiendo los costes. En los tiempos de la digitalización, este supuesto es cada vez más raro, porque cualquier periodista o fotógrafo puede ir haciendo duplicados digitales perfectos de sus obras sin que dependa para su posterior explotación de acceder al ejemplar único o raro, pero podría darse el caso y es bueno que se conozca este derecho. Se discute si este derecho se extingue a la muerte del autor o lo pueden ejercer los herederos, derechohabientes u otras personas interesadas.

Referencia bibliográfica

A. Strowel (2001). "Liability With Regard to Hyperlinks". *Columbia - VLA Journal of Law & the Arts*.

6.2. Derechos patrimoniales

La segunda categoría de derechos de autor son los derechos patrimoniales o de explotación, que sí pueden y acostumbran a ser cedidos a cambio de una remuneración económica; es decir, que son aquellos que tienen una incidencia directa en la explotación de la obra.

Las leyes de propiedad intelectual han ido añadiendo derechos de explotación a medida que la técnica ha permitido dar a conocer la obra de otras maneras. Al derecho de copia original, propio de la imprenta, se han ido añadiendo otros, como el de comunicación pública, propio de la radiodifusión (*broadcasting*) mediante radio o televisión. Internet y los sistemas digitales de información (la televisión y la radio por cable, por ejemplo) han planteado nuevos retos al derecho de autor; en este momento, y siguiendo la armonización impuesta por la Unión Europea, la Ley de Propiedad española recoge un derecho típico de Internet, el de puesta a disposición, si bien lo hace siguiendo una técnica normativa cuando menos discutible: subsumirlo en otro derecho, el de comunicación pública y, por tanto, asimilarlo de alguna manera.

Los derechos de explotación pueden acumularse, son independientes entre sí, y tienen una duración de toda la vida del autor y setenta años después de su fallecimiento. Si son varios autores, setenta años después de la muerte del último de los autores que fallezca. Esta medida, muy discutida por la diferente naturaleza de las obras (¿es lo mismo la explotación de una novela, que puede leerse –y venderse– con éxito durante decenios, que el de una mera noticia cuya vigencia caduca a las pocas horas?), se aplica a todo tipo de obras. A pesar de todo, como la noticia de hoy ya no envuelve el pescado de mañana, sino que permanece en la base de datos del medio y puede ser enlazada – es lo que se denomina **modularidad**– con informaciones posteriores de días, meses o años después, esta norma vuelve a tener sentido, y es muy posible que obligue, llegado el caso, a renegociar de alguna manera la posibilidad de seguir ofreciendo ese contenido.

Los derechos de explotación de la obra, brevemente expuestos, son los siguientes:

- **Derecho de reproducción.** Es el derecho de copia o *copyright* original, el primero de los derechos, cronológicamente hablando. La lógica es que la obra se ha de externalizar –esto es un requisito básico del derecho de autor, que no protege ideas, sino la plasmación de las mismas en un soporte físico. Una vez que la obra se incorpora al soporte que sea (incluso en Internet: la obra se ha almacenado durante su proceso de creación en algún disco duro u otro sistema de almacenamiento, e igualmente se almacena en un servidor para que se ponga a disposición del público) se producen copias físicas. Es la lógica de la imprenta y de los medios de comunicación hasta el nacimiento de la radio, primero, y la televisión, después. Incluso la

Referencia bibliográfica

I. Garrote Fernández-Díez (2010). *La reforma de la copia privada en la Ley de propiedad intelectual*. Granada: Comares.

música ha dependido, en buena medida, de su reproducción en un soporte físico: hilos magnéticos, pizarras, vinilos, cintas, CD...

Un cambio de soporte no supone, en principio, la vulneración del derecho del autor, o de su cesionario –una editorial, la empresa que produce un medio de comunicación, una discográfica...– si se dispone de los derechos. Cuando se compra una grabación, se puede ir pasando a otros soportes para su disfrute en casa, en el coche, etc. Para equilibrar las posibles pérdidas, la ley establece un sistema de compensación por copia privada, por tanto, por copia para uso personal y legal, el comúnmente llamado canon, que se aplica sobre fotocopias, soportes de grabación virgen, etc., y que tanta polémica ha creado en España cuando se aplicó al soporte digital.

- **Derecho de distribución.** Muy ligado al anterior. Para poner a disposición del público las copias físicas –por ejemplo, los ejemplares del diario, la revista, el CD...– hace falta distribuir las, de forma igualmente física, hasta el punto de venta o el cliente final, para su venta, alquiler o préstamo. Esta lógica también se ha visto superada; asistimos en la actualidad a un cambio en el modelo de distribución de la información, que ya no depende de la producción, almacenamiento, distribución y venta de copias físicas. Cada vez más, la obra, el *corpus mysticum* del que hablaban los antiguos se separa del soporte material, el *corpus physicum*. Para acceder a una noticia, no es necesario que esté impresa en un papel que alguien ha impreso, ha distribuido y ha servido para su venta. Sin embargo, este derecho también es de aplicación en Internet cuando se permite la descarga de la obra, ya que, adquirida la obra, se suele permitir la reproducción de la misma en un número determinado de soportes, generalmente cinco. Este supuesto es posible en el caso de medios digitales de pago, que aparatos como las tabletas planas, cuya expansión inició en el 2010 el iPad de Apple, están popularizando. El *podcasting* también sería un supuesto de este tipo.
- **Derecho de comunicación pública.** Cuando a la imprenta se le unen otros medios de comunicación por ondas –la radio, primero, y el cine y la televisión, después–, la legislación sobre propiedad intelectual se ve obligada a buscar otro concepto que permita amparar a los autores. Nace así el derecho de comunicación pública. La TRLPI la define como "todo acto por el cual una pluralidad de personas pueda tener acceso a la obra sin previa distribución de ejemplares de cada una de ellas". En Internet, técnicas como el *webcasting*, *simulcasting* o, sobre todo, el cada vez más popular *streaming*, son actos de comunicación pública.
- **Derecho de puesta a disposición.** Una vez más, los avances tecnológicos han obligado a la norma a adecuarse a ellos. Una obra colgada en Internet ¿es un acto de distribución y reproducción o un acto de comunicación pública?, ¿o se trata de una acción diferente? No puede decirse que se trata de una reproducción, porque no existen varios ejemplares de la obra (aunque puedan hacerse copias personales, copias de seguridad y copias temporales, que, después de unas cuantas discusiones doctrinales, se con-

sideran permitidas porque garantizan el funcionamiento de la Red). Tampoco se trata de una distribución física de ejemplares que no existen. Y, si bien en puridad hay una pluralidad de personas que pueden tener acceso a la obra sin previa distribución de ejemplares –supuesto fundamental de la comunicación pública–, tampoco se trataría de un acto de exhibición pública, proyección, transmisión o retransmisión por ondas hertzianas o por cable –si bien todos estos supuestos también pueden darse a través de Internet–, por lo que la Unión Europea decidió en su Directiva 2001/29/CE recomendar la incorporación de un nuevo derecho, el de puesta a disposición de obras al público. La ley española, reformada tardíamente, ha recogido este derecho dentro del de comunicación pública.

Referencias bibliográficas

J. Castellano Cachero; C. Feijóo González; J. Pérez Martínez (2003, enero-marzo). "Propiedad intelectual e Internet. El nuevo derecho de puesta a disposición". *Telos*.

C. Buganza; N. Ginés Castellet (2007). *Novedades en la Ley de Propiedad Intelectual*. Barcelona: Bosch, ESADE.

- **Derecho de transformación.** El autor puede ceder los derechos de transformación de su obra, de tal manera que, a partir de la obra original, se produzcan obras nuevas derivadas, como ya hemos visto. Este derecho tiene mucha importancia en el periodismo, especialmente en el digital, por la facilidad, rapidez y, a veces, impunidad en la transformación de la obra cuando ésta no es permitida. Un supuesto típico de transformación es la traducción: ¿puede una empresa a la que le han sido cedidos los derechos de publicación, comunicación pública o puesta a disposición de noticias, reportajes, crónicas, fotografías, etc., traducirla a otros idiomas? No sin que el derecho de transformación le haya sido igualmente cedido. ¿Puede adaptarla, resumirla, añadirle otros párrafos? Sólo cuando las necesidades informativas así obliguen a hacerlo y, si no se puede contar por razones operativas con el permiso expreso del autor, hacerlo de la manera menos lesiva a sus intereses, y sólo en el caso de que las necesidades informativas sean perentorias. ¿Puede la obra digitalizarse sin permiso del autor?, otro supuesto típico de transformación. En principio, tampoco. Esto abre un amplio abanico de posibilidades negociadoras a los representantes de los trabajadores, porque todas estas prácticas, y otras, son muy comunes en el periodismo digital.

Este derecho incluiría el supuesto de derecho de modificación y eliminación (*remove*). Se trata de un derecho que se reservan las empresas de modificar los contenidos. Se entiende que se extiende a los comentarios enviados por los usuarios, si bien los derechos morales –de integridad de la obra– reconocidos especialmente en los países de tradición jurídica civil o continental impedirían estas modificaciones sustanciales de la obra, igualmente respetables aunque se trate de un mero comentario e independientemente de su brevedad. Por ejemplo, no serían ejecutables correcciones lingüísticas. Aunque, como se hacía en el mundo impreso con las cartas al director, el medio puede muy bien –como ya hace con las noticias y reportajes de sus propios periodistas– practicar de forma consuetudinaria

Ved también

Hemos explicado las obras que se producen a partir de otras obras en el capítulo "Qué protege el derecho de autor. Tipos de obras".

algunos cambios menores y no sustanciales, como recortar la extensión del texto, sin modificar el resto del contenido.

- **Derecho de colección.** Se trata de un derecho típico de la legislación española, reconocido ya en las primeras leyes de propiedad intelectual, en el siglo XIX, y pensado propiamente para la generación de periodistas iniciada con Mariano José de Larra: buenas plumas que tenían dificultades para llegar a fin de mes. Así, si bien los derechos de reproducción de la obra en el periódico en que colaborasen o para el que estuviesen contratados se consideraba cedido a éste, el autor retenía –y retiene– el derecho a publicar después una antología o colección completa de sus obras, de manera que pudiese explotarlas en otra forma siempre que, obviamente, hubiese buena fe y no entrase en contradicción con los intereses de la empresa cesionaria. Es decir: un periodista puede publicar sus columnas o reportajes en determinado medio, impreso o digital, y después reunirlos en colección para publicarlos en forma de libro.

Normalmente, las empresas tratan de hacerse con este derecho cuando establecen el contrato con sus trabajadores. En el caso del ciberperiodismo, téngase en cuenta que la republicación de varias piezas informativas de un periodista, o fotos de un fotógrafo, es habitual y fácil (las secciones de "especiales", las recopilaciones de artículos sobre un tema, la digitalización de diarios impresos...), y además automática: un lector puede interrogar a la base de datos del medio y obtener lo que un autor haya publicado sobre un determinado tema, en una determinada sección, en una determinada fecha o con determinadas palabras clave. Este derecho ofrece, de nuevo, posibilidades de negociación muy diversas.

- **Derechos de simple remuneración.** Son básicamente el de participación, exclusivo de las obras plásticas (por tanto, no lo tratamos aquí), y el de compensación equitativa por copia privada, que vulgarmente se ha conocido como canon digital. Cuando se refiere al mundo de la copia digital, claro está, porque cuando hablamos de otro tipo de acciones, como las fotocopias, el derecho ya existía, y jurisprudencialmente se ha considerado que no tenía especial incidencia en el mundo del periodismo (generalmente no se fotocopiaban artículos de periódico o revista, como sí se hace con los libros), y que esto no suponía una merma de ingresos a empresas o periodistas. Como ya hemos mencionado, este derecho sí tiene una especial incidencia –y ha sido objeto de la última reforma legal– en el caso de los resúmenes de prensa.

6.3. Cesión de derechos

Para poder gestionar con comodidad los derechos de sus periodistas, las empresas acostumbran a proponerles la **cesión en exclusiva**. Un análisis de los principales ciberdiarios españoles nos indica que la mayoría ha optado por un modelo de derechos exclusivos de propiedad intelectual. Las empresas se han

hecho con la titularidad de los derechos de explotación de las obras de sus trabajadores, y eso les permite gestionarlas con más flexibilidad en un mercado, el de los medios de comunicación, cada vez más complejo e interrelacionado. La mayoría de las empresas se reserva la explotación de estos derechos de forma exclusiva, disponiendo la obligatoriedad de contar con la autorización por escrito para reproducir cualquier parte de sus webs.

Hay cláusulas más específicas, como las que incluyen los avisos legales de, entre otros, los medios de Vocento, prohibiendo explícitamente actos de parasitismo como la inclusión de sus productos en otras páginas ajenas mediante marcos (*framing*) –práctica ya condenada en el caso *Shetland Times vs. Shetland News* de 1997–, o mediante la técnica del *inline linking*.

Faltaría por determinar de qué manera se ha hecho la cesión por parte de los autores –los periodistas– de esos derechos al medio digital, sobre todo teniendo en cuenta que en la mayoría de los casos que examinamos son cibermedios con un medio impreso o audiovisual matriz, con el que comparten contenidos (o del que los vuelcan), aunque en la amplia mayoría de los casos se trata de razones sociales diferentes.

Saber cómo se consigue hacerse con los derechos de reproducción nos llevaría algo lejos, pero básicamente, mediante la cesión de los autores (los periodistas) de todos los derechos de posterior cesión a terceros a las empresas contratantes. Es decir, el periodista contratado por un periódico cede a la empresa editora de éste los derechos de cesión a la empresa que hace la versión digital (generalmente diferente), y a otras empresas con quienes se pueda llegar a acuerdos, incluso de otros grupos empresariales.

En España, lo que más ha afectado a los derechos de los periodistas ha sido la reforma en la redacción del artículo 32 TRLPI, que regulaba la revista de prensa. A partir del 2006, "no tienen tal consideración las recopilaciones de artículos periodísticos que consistan básicamente en su reproducción cuando dicha actividad se realice con fines comerciales". Dicha redacción se incluyó por la presión de las empresas productoras de diarios, que querían así hacer frente al negocio que, a su entender a sus expensas, hacían las empresas de resúmenes de prensa. Veamos cómo prosigue el texto: cuando "el autor que no se haya opuesto expresamente tendrá derecho a percibir una remuneración equitativa. En caso de oposición expresa del autor, dicha actividad no se entenderá amparada por este límite". Y lo que dice el artículo 33.1 de la TRLPI:

"Los trabajos y artículos sobre temas de actualidad difundidos por los medios de comunicación social podrán ser reproducidos, distribuidos y comunicados públicamente por cualesquiera otros 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 derecho del autor a percibir la remuneración acordada o, en defecto de acuerdo, la que se estime equitativa."

Dicho de otra forma: si el autor no percibe ninguna remuneración, es porque contractualmente ha consentido en ello. Por qué lo haya hecho –en principio, la ley le protege para que no lo haga–, es otra cuestión.

La reforma de la TRLPI va en el sentido de beneficiar a las empresas que publican originalmente la pieza por la reproducción de ésta en resúmenes de prensa o *press-clippings*, y no a los autores. Como dice Sánchez Almeida:

"Tras la entrada en vigor de la última reforma, la mayor parte de los editores de prensa modificaron sus avisos legales con el objeto de limitar el margen de maniobra de aquellos que obtienen un beneficio comercial del ejercicio del derecho de cita: las empresas de *press clipping*."

C. Sánchez Almeida (2009, 30 de septiembre). "Derecho de cita de artículos periodísticos". *El Mundo.es*.

El problema se ha agravado al reconocer los tribunales, a partir de la última reforma de la TRLPI, que la retribución por resúmenes de prensa debe ser abonada a las empresas, que son quienes la gestionan. El problema es, en el fondo, otro: que los periodistas carecen de fuerza individual, por lo general y salvo contadas excepciones, y grupal para hacer valer sus derechos. Los periodistas, asegura Comisiones Obreras, "carecen de la posibilidad real de beneficiarse de cualquier uso secundario que se haga de sus creaciones" y del "éxito de su obra". La propuesta de CC. OO. es que el periodista cobre, junto con el editor de la obra, "cuando ésta sea reproducida con fines comerciales en otros medios distintos al que motivó su creación", que se aclare "el concepto de cesión temporal de la obra periodística" y de su "uso para fines no contemplados inicialmente" y que "periódico sea una obra asimilable al libro y cuya reproducción genere una compensación equitativa a los periodistas como ocurre en otros países de la Unión Europea".

6.4. Otros derechos

6.4.1. Derechos de artistas y ejecutantes

Las leyes de propiedad intelectual han ido ampliando su repertorio de derecho e incluso el de personas a proteger; así, no sólo protege a los autores, sino también a los intérpretes. Pensemos, por ejemplo, hasta qué punto son motor de las industrias culturales los actores (sobre todo los del *star system* de Hollywood) o las orquestas y solistas musicales. En puridad, no se trata de autores, aunque sí, de alguna manera, de creadores.

Para ellos, la TRLPI reserva tres derechos morales y cuatro patrimoniales, con un alcance temporal más reducido que el de los autores: cincuenta años desde el 1 de enero del año siguiente al de la interpretación. De los derechos morales, coinciden con los del autor los de paternidad e integridad, y se añade el de autorizar el doblaje, derecho obviamente pensado para los actores. De los patrimoniales, destacan los derechos de fijación (grabación) de las interpreta-

ciones, de reproducción, de comunicación pública y de distribución. El de comunicación pública incluye el de puesta a disposición en línea, que se presume, si no se expresa lo contrario en el contrato, que se ha cedido al productor de la obra. Pueden coincidir ambos derechos, el de autor y el de intérprete ejecutante (en el caso, por ejemplo, de los cantautores), y son acumulables.

Podría pensarse que este grupo de derechos tiene poca o ninguna aplicación en el caso del periodismo en general, y del periodismo en Internet en particular, pero hay algunos supuestos que sí entrarían en este grupo. Los presentadores son un caso muy claro. Un presentador de un noticiero de televisión es un intérprete ejecutante, pues presenta, lee –es decir, interpreta– lo escrito por el editor, sea él mismo, en cuyo caso sería también el autor, u otra persona. Cuando esa interpretación no sólo se emite por televisión, sino que se pone a disposición en la WWW, la cesión de dichos derechos debería ser prestada por escrito.

6.4.2. Derechos *sui generis*: bases de datos

Derecho recogido en el artículo 12 de la TRLPI, no protege el contenido de las bases de datos, sino cómo están ordenadas. En el caso del ciberperiodismo, no afecta a las noticias, vídeos y fotografías que están almacenadas en ese inmenso repositorio digital que cada vez más son los medios de comunicación, sino el programa gestor de bases de datos que permite a los productores alimentar ese medio y su archivo, y al usuario recuperar aquellos ítems que le interesan introduciendo los términos que elija en los campos correspondientes.

Este derecho protege al fabricante, es decir, a la empresa o persona jurídica que encarga esa base de datos. Es mucho más limitado en el tiempo, sólo quince años, y fundamentalmente otorga a esa persona jurídica o física el poder de permitir o prohibir la extracción y explotación de los contenidos de esa base de datos.

7. Contratos, convenios, avisos legales y licencias

7.1. Contratos

La relación entre el autor (el periodista, fotógrafo, dibujante, infografista, en nuestro caso) y el cesionario (la empresa o persona jurídica que encarga la obra colectiva y que, por tanto, en este sentido también puede ser considerada autora) puede ser, básicamente, de tres tipos:

- Periodistas contratados directamente por la razón social del medio digital, o que colaboran sólo para este medio. No habría ningún tipo de traba legal, puesto que se trata de un contrato, civil o laboral, entre dos partes, mediante el cual una (el trabajador o colaborador) cede determinados derechos patrimoniales o de explotación económica sobre su obra a la otra (la empresa).
- Periodistas con contrato laboral con la empresa matriz del medio, en virtud del cual producen durante su horario laboral una serie de informaciones cuyos derechos de explotación pasan automáticamente a la empresa contratante, aunque, salvo que se exprese lo contrario, sólo para los usos propios de la empresa.

El artículo 43 TRLPI dice que "si no se expresan específicamente y de modo concreto las modalidades de explotación de la obra, la cesión quedará limitada a aquella que se deduzca necesariamente del propio contrato", y el artículo 51 TRLPI que regula la transmisión de los derechos del autor asalariado indica que, salvo pacto en contrario, "se presumirá que los derechos de explotación han sido cedidos en exclusiva y **con el alcance necesario para el ejercicio de la actividad habitual del empresario**" (la negrita es nuestra). Es decir, para que la obra que un periodista produce para un diario impreso en virtud del contrato laboral que mantiene con la empresa que lo produce pueda ser reutilizada para la versión digital de ese mismo diario, producida por una empresa diferente con la que en principio no mantiene contrato alguno, debe incorporarse expresamente en el contrato suscrito con la primera empresa la posibilidad de que ésta ceda los derechos sobre la obra a la segunda empresa, puesto que, según el artículo 51.3, "en ningún caso podrá el empresario utilizar la obra o disponer de ella para un sentido o fines diferentes".

Toda la jurisprudencia internacional, desde hace ya años (casos *Dernières Nouvelles d'Alsace, Tasini vs. New York Times* en 1998, el fallo de la Corte Suprema de los Estados Unidos de 25 de junio del 2001 a favor de los periodistas autónomos, el caso *De Volkrant* en Holanda...) es taxativa al respecto: al tratarse de razones sociales diferentes, no se entiende que, no habiendo pacto en contrario, se haya producido una cesión para un diario

impreso y otro digital, o para un diario impreso y una recopilación en CD-ROM.

- Periodistas colaboradores que, en virtud de un contrato civil (bien de servicios, bien de obra), ceden los derechos de explotación de su creación intelectual concreta a una empresa, y que luego ven reproducida dicha información en un medio digital del mismo grupo, pero dependiente de una razón social diferente. En este caso, está claro que en el contrato de cesión de la obra a la primera empresa se le debe hacer constar –generalmente incorporando una retribución adicional– la posibilidad de reproducción en otro medio. En caso contrario, debería suscribirse otro contrato de cesión a la segunda de las empresas. En ningún caso debe entenderse que al tratarse de empresas del mismo grupo está permitida la reproducción en todos sus medios.

7.2. Convenios nacionales, sectoriales y colectivos

El derecho de autor se recoge también en algunos convenios (nacionales, sectoriales, colectivos, propios de la empresa o el grupo) e incluso en estatutos de redacción. A veces, no se pasa de las buenas intenciones. El *Estatut Marc de Redacció* aprobado por el Colegio de Periodistas de Cataluña, en su artículo 3, bajo el enunciado de "Derechos de autor", estipula muy claramente que:

"La venta o cesión de material informativo propio a otros medios de comunicación – incluidos los participados total o parcialmente por esta Empresa o por las personas físicas o jurídicas que componen su accionariado– obliga a la Empresa a informar al autor/es del material para que lo autorice/n y a hacer constar el nombre del autor/es en las reproducciones cedidas. Dentro de esta, solo incluye el material elaborado genéricamente en la redacción y la presentación de este material a concursos, su cesión a bibliotecas o archivos y otras operaciones similares."

Col·legi de Periodistes de Catalunya. *Estatut marc de redacció* (traducción del original en catalán).

No todos los medios catalanes han hecho caso de esta recomendación, aunque sí algunos, e importantes. Por ejemplo, *La Vanguardia*, que en el artículo 3.14 de su Estatuto de redacción menciona los derechos morales ("la propiedad moral de los derechos de autor corresponde a los redactores literarios y gráficos") y los patrimoniales ("En cuanto a los derechos de explotación de la obra realizada por el personal de la Empresa se estará a lo dispuesto en la Ley de Propiedad Intelectual"), si bien en este caso se emplea una cláusula de remisión que lo deja todo abierto: "No obstante lo establecido en los dos párrafos anteriores, si existiera una regulación expresa de carácter individual se estará a lo que las partes hayan acordado", aunque añade que "cualquier discrepancia sobre la correcta aplicación de la citada normativa se dirimirá en el seno de dicho Consejo".

Referencia bibliográfica

Estatuto de redacción de La Vanguardia

Como ya en su día consiguieron los trabajadores de *El País*, la empresa está obligada a informar a (cuando no a negociar con) los representantes de los trabajadores (bien sea el comité de empresa, bien sea el comité de redacción..., si lo hay) de las cesiones a terceros (incluidas empresas subsidiarias del grupo, por ejemplo, muchas de las creadas para confeccionar la página web a partir de obra –legalmente, al menos– ajena) de la obra de sus trabajadores y, debería entenderse, a negociar posibles compensaciones.

Lectura complementaria

Véase el capítulo de Pedro Gorospe, a la sazón periodista y miembro del Comité de Empresa de Prisa, en:

J. Larrañaga; J. Díaz Noci (2003). *El periodista ante el mercado laboral*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

Las menciones a los derechos de autor en los estatutos de redacción y convenios colectivos son aún difusas, de forma que la explotación económica queda regulada por acuerdos individuales o por cláusulas de adhesión a las condiciones de la empresa.

7.3. Avisos legales

Buena parte de las condiciones analizadas aquí, y sobre todo las condiciones de uso del material que ofrecen los cybermedios al público, se expresan en el aviso legal, que puede ser considerado un acuerdo, licencia o un contrato entre el medio y los lectores –no hay que olvidar que en algunos casos los cibernautas son también autores.

7.4. Licencias: *Creative Commons* y *Color Iuris*

Sobre todo en los Estados Unidos se ha tratado de extender un movimiento de respeto a los autores y de recuperación de sus derechos. Empleando un juego de palabras, de manera semejante a los movimientos del software libre, se ha propuesto un sistema de *copyleft*. En realidad, este sistema de licencias, que ni quieren ni pueden sustituir la ley, deja claro qué cede y qué no cede el autor, sin que haya una presunción legal de que la cesión de los derechos se hace en exclusiva. Es importante recordar que los derechos de autor no son una verdadera propiedad porque, entre otras cosas, no es eterna, sino que tiene unos límites temporales claros como ya hemos explicado. Los contratos o licencias establecen qué se puede hacer y hasta cuándo se puede hacer; no suponen un traspaso de propiedad, no son una compraventa. A partir de determinado momento, las obras culturales pasan al dominio público.

Licencias como las *Creative Commons* tratan, en realidad, de recuperar derechos para los autores. Aquí, en cambio, se trata de no renunciar a ninguno de esos derechos y de gestionarlos mejor. Es la razón por la cual se creó un sistema de licencias semejante, pero más adaptado al mundo jurídico latino: el *Color Iuris*.

Referencia bibliográfica

S. Dusollier (2010). *Estudio exploratorio sobre los derechos de autor y los derechos conexos y el dominio público*. Ginebra: OMPI.

Las licencias *Creative Commons*, propias de la concepción jurídica de *Common Law* –que, como hemos visto, es mucho más restrictiva para con el autor individual y mucho más (empleando su propia terminología) *entrepreneurial*–, son a veces difíciles de adaptar al sistema jurídico de derecho civil, continental. Por dos razones: una, terminológica, y otra, sustantiva. Por ejemplo, cuando en los Estados Unidos o Inglaterra se habla de *public domain* –como hacen las *Creative Commons*–, no puede ser literalmente traducido por "dominio público", ni el contenido de ese concepto se corresponde en ambos sistemas jurídicos. En el nuestro, una obra no puede pasar al dominio público sino después de transcurrido el tiempo preceptivo tras la muerte del autor, de manera que se garantice la posible explotación de la obra al autor y a sus descendientes. Más bien, a lo que se refiere la licencia *Creative Commons* corresponde a lo que entre nosotros se conoce por "bienes mostrencos", aquellos cuya propiedad es desconocida, y que se rigen por reglas de derecho civil bien diferentes (lo que, a su vez, en los Estados Unidos se denomina *orphan works*).

Muy pocos medios emplean las licencias *Creative Commons*. Así, aunque el último diario de pago en sumarse a la oferta española, *Público*, ha aplicado este mecanismo, posteriormente ha optado por acogerse al artículo 32.1 del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual tal como figura en su "Aviso Legal".

Ejemplo de aplicación de la licencia *Creative Commons* en un diario: el caso del periódico *Público* antes de acogerse al artículo 32.1 de TRLPI

"El diario *Público*, tanto en sus ediciones de papel como digital, ha decidido acogerse a la licencia *Creative Commons* BY NC ND. Eres libre de: copiar, distribuir y comunicar públicamente nuestra obra bajo las siguientes condiciones: Reconocimiento. Debe reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciador (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o apoyan el uso que hace de su obra). No comercial. No puede utilizar esta obra para fines comerciales. Sin obras derivadas. No se puede alterar, transformar o generar una obra derivada a partir de esta obra".

Traducido al lenguaje jurídico español, eso quiere decir que recuerda que existe el derecho (moral) a la paternidad de la obra, y la obligación legal de que se mencione autor y origen; que se reservan el derecho de transformación de la obra, y que se prohíbe todo ánimo de lucro; es decir, *Público* se reservaba el derecho de explotación económica de la obra y permitía, en cambio, cualquier otra acción sin ánimo de lucro siempre que mantuviera la integridad y la paternidad de la obra, como ya hemos dicho, derechos morales inalienables.

Tampoco se emplean, por lo general, las licencias *Color Iuris*, mucho más cercanas al sistema jurídico continental o de derecho civil. Se trata de licencias más concretas y, también, más prolijas, con un vocabulario mucho más jurídico, como corresponde a la tradición continental, mucho más basada en la regla abstracta y universal que en el precedente. Dicho de otra manera: mientras las *Creative Commons* intentan en muchas ocasiones recuperar para el autor determinados derechos cedidos a las empresas, las *Color Iuris* son en puridad – como también lo son las *Creative Commons*, en el fondo– licencias tipo de cesión de derechos. La diferencia es que en nuestro caso no hace falta recuperar derechos que por definición son originarios de los autores, como en el caso de los patrimoniales, o son inalienables, como en el caso de los morales.

8. Jurisdicción aplicable

Una cuestión por resolver es el de la jurisdicción, ley procesal y ley sustantiva aplicable en el caso de posibles transgresiones al derecho, en nuestro caso de propiedad intelectual, practicadas en varios países. Es obvio que Internet ha potenciado enormemente este tipo de posibles ilícitos, bien civiles, bien penales. En todos los casos examinados, y si no se entiende que por defecto y por remisión a las correspondientes leyes nacionales, el usuario que accede a la información periodística de los medios se somete a la legislación de las respectivas empresas –cuya *copyright notice* y aviso legal lo deja bien a las claras, en algunos casos de forma extensa– y a la jurisdicción de los tribunales de esos países y de sus leyes procesales (o normas, cuando se trata de países del área de *Common Law*). La práctica, en cambio, es bien diferente: muchas veces resulta difícil determinar dónde y quién ha cometido el ilícito, y caro y complicado perseguirlo. En todo caso, no nos hallaríamos ante un vacío legal bien contemplado, en general, por las normas del derecho público internacional, sino ante una dificultad de procesamiento y ejecución de las leyes, cuando no de prueba.

Referencia bibliográfica

M. A. Michinel Álvarez (1998). "La propiedad intelectual en el plano internacional: ley aplicable al derecho de autor". En: E. Fernández Masiá y otros. *Los derechos de propiedad intelectual en la nueva sociedad de la información. Perspectivas de derecho civil, procesal, penal e internacional privado* (pág. 163-190). Granada: Comares.

La práctica totalidad de los avisos legales examinados se decanta por una mención expresa a la jurisdicción atractiva: serán las leyes y tribunales nacionales, con algunas excepciones (por ejemplo, *Financial Times*), quienes conozcan y resuelvan las posibles infracciones a los derechos de propiedad intelectual. En algunos casos se hace mediante mención expresa de las leyes y tribunales aplicables, y en otros casos recurriendo a una renuncia.

Ejemplos

1) *Financial Times* se reserva el derecho a acudir a otras instancias nacionales:

"For the exclusive benefit of FT and to the extent possible in the applicable jurisdiction, FT shall retain the right to bring or enforce proceedings as to the substance of the matter in the courts of the country of your residence or, where these terms and conditions are entered into in the course of your trade or profession, the country of the place of business in which you agreed to these terms and conditions or (if different) the country of your principal place of business."

2) **Legislación aplicable y jurisdicción:** "La relación entre PRISACOM y el USUARIO se regirá por la normativa española vigente y cualquier controversia se someterá a los juzgados y tribunales de la ciudad de Madrid".

Cadena Ser.com.

"Choice of Law and Jurisdiction: These terms and conditions shall be governed by, and construed in accordance with, English law".

Financial Times.

3) Renuncia: "Con el uso del WEBSITE el USUARIO asume con renuncia expresa a cualquier otro foro que somete a los juzgados y tribunales de Madrid capital cualquier controversia que pudiera derivarse en su relación con la EMPRESA".

ABC Periódico Electrónico, S. L.

9. Estudio de caso

9.1. Introducción

Este ejercicio se basa en la metodología del estudio de caso. Este método busca que el alumno se sitúe dentro del problema no como espectador, sino que tome decisiones. Por eso, no se busca una respuesta única, sino una toma de posiciones, y a ser posible, que haya experiencias colectivas, discusión dentro de un grupo adoptando incluso diversos puntos de vista. No se trata de llegar a una conclusión única, sino simplemente orientar la coherencia de la discusión.

El caso se divide en varias partes: la exposición del caso y las referencias a la jurisprudencia que listamos al final son el material en base al cual los alumnos deben fundamentar sus decisiones. Aunque los estudiantes pueden buscar material complementario –por ejemplo otra jurisprudencia, aplicable tanto en España como en casos internacionales–, se suministran referencias correspondientes a las sentencias españolas que se han estimado más relevantes. Asimismo, el estudiante puede recurrir a la doctrina –la bibliografía más destacada– para fundamentar sus decisiones.

Se trata, por tanto, de adoptar decisiones fundamentadas, no de expresar meras opiniones. El caso debe resolverse, porque en él se plantean problemas concretos. Se espera que la discusión y decisión no se alargue más allá de hora y media en total, por lo cual el alumno debe preparar bien su intervención, aportando puntos de vista concretos y razonamientos directos.

Normalmente, la metodología del estudio de casos se basa en supuestos e historias reales. Existen, sin embargo, los –por así decirlo– casos de laboratorio o "de escritorio" (*arm-chair cases*). El que proponemos es de este tipo y ha sido fabricado especialmente para este módulo. Se basa en algunos supuestos reales, y tiene algunas ventajas con respecto a los casos reales. La primera es que los casos reales no siempre se refieren al mundo concreto del periodismo, y menos aún al del periodismo digital. La segunda ventaja es que en el mismo caso se pueden incluir diversos problemas, principales y secundarios, que cubran todo el módulo.

9.2. Objetivos de enseñanza

9.2.1. Dimensión conceptual

El principal objetivo es que los estudiantes observen algunos de los problemas que, en torno a los derechos de autor, se pueden plantear y se plantean en las empresas productoras de medios de comunicación, y en especial qué ocurre con las particularidades de la obra informativa en Internet. El caso se plantea tanto en torno a los derechos de explotación, contemplados en su conjunto, como de algunos derechos morales de autor, que a nuestro entender tienen también una importancia económica y de cara a la negociación, porque suponen el núcleo duro, por así decirlo, de los derechos de autor.

Se plantea, asimismo, un caso sobre convergencia de medios, tanto empresarial como profesional, en su vertiente organizativa. ¿Qué ocurre cuando se produce una absorción de empresas, o cuando la actual negocia con terceros, o cuando los contratos suscritos hace unas décadas no alcanzan a cubrir todos los supuestos técnicos actuales? ¿Hasta qué punto la obra que el autor cede a una empresa, y por la que cobra una determinada remuneración, puede ser cedida sin su consentimiento a otras empresas? ¿Y cuánto debería cobrar en estos casos si la empresa con la que mantiene su vinculación laboral obtiene un beneficio mayor, como es de suponer, por la publicación de las obras de su asalariado en otros medios? ¿Qué ocurre en el caso de los resúmenes de prensa, práctica que llevan a cabo empresas privadas e instituciones públicas?

Otro caso igualmente complejo es el de las obras compuestas y en colaboración (realizadas por diversos autores, en porcentajes a determinar), la modificación que se pueda y deba hacer de éstas (lo que constituye otro derecho reconocido por la ley, y que debe ser acordado y remunerado), o las obras colectivas, por ejemplo, los diarios, revistas, informativos de radio y televisión o páginas web.

El nivel de dificultad, aunque el caso nos pueda llevar muy lejos, en principio es 1: comprensión de la estructura de los derechos de los autores y de la protección jurídica de la propiedad intelectual.

9.2.2. Dimensión analítica

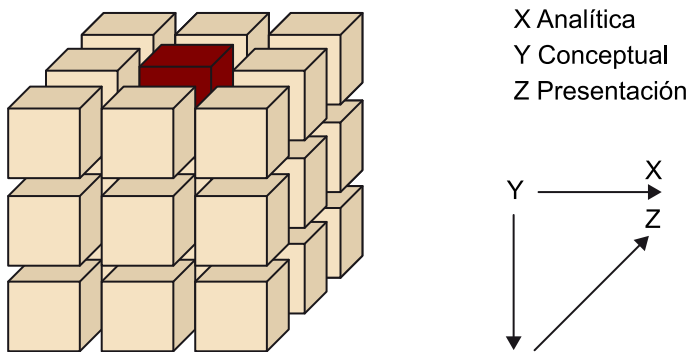
Se trata en este caso de una decisión de nivel 2. El alumno no sabe cuál es la decisión final, por lo que deberá analizar la situación de la empresa, analizar (o generar incluso) las alternativas, evaluarlas sobre la base de los criterios de la empresa y tomar la decisión.

Si bien el nivel de dificultad es mayor cuando se trata de generar alternativas y aunque los alumnos no sean expertos en el método del estudio de caso, nos hemos decidido por este nivel de complejidad, ya que el objetivo principal de enseñanza es que los estudiantes conozcan por sí mismos algunos de los pro-

blemas que se plantean en las empresas en torno a la gestión de los derechos de autor de las personas naturales y jurídicas. A partir de un problema real se le pide, por lo tanto, que se ponga en el lugar de aquellas personas que, desde un punto de vista tanto de gestión empresarial como de gestión periodística, deben defender los intereses de sus representados (trabajadores o empresas) y llegar a un acuerdo, presentando propuestas de solución. Esto último es lo que se pretende del alumno: que, adoptando el rol que en cada momento se le asigne como representante de los trabajadores o de las empresas involucradas, proponga soluciones al caso.

9.2.3. Dimensión de la presentación

Nos decantamos por un nivel 2: un caso de mediana extensión –ya que se presentará información facilitada por dos informantes–, que no contendrá toda la información pero sí la más relevante –el estudiante tendrá que buscar algunos datos concretos–, con poca información extraña.



Hay que tener en cuenta que el caso que planteamos es el único del módulo, por lo que se presenta un supuesto muy general que trata de incluir múltiples vertientes del derecho de autor aplicado al periodismo digital.

9.3. Estructura del caso

La empresa Información Local, S. A. publica el diario de una ciudad pequeña, titulado *Información Local*, desde 1980. Una parte de su plantilla está compuesta por redactores y fotógrafos que fueron contratados entre 1980 y 1995, antes de que se implantase la edición digital del mismo diario en la WWW, *InformacionLocal.com*. La plantilla, hasta el momento de crearse la versión digital del diario, era de 50 redactores, 10 fotógrafos y tres dibujantes, además de personal de administración y servicios. En 1995, cuando se crea la página web del diario, se contratan personas específicamente para la misma, y en el año 2000, con el rediseño de la edición digital, se crea una empresa filial, Información Local Digital, S. L., que se encarga de la confección de la página web y de contratar a periodistas, fotógrafos e infógrafos para la misma.

Nota

Todas las razones sociales de este caso son ficticias, y cualquier parecido con sedes sociales de empresas existentes y de nombre similar no es intencionada, es una mera coincidencia.

La situación en el 2011 es, por tanto, que Información Local, S. A. tiene contratadas a 75 personas, entre redactores, fotógrafos y dibujantes-infógrafos, 50 de las cuales lo fueron antes de poner en marcha la edición digital y 25 con posterioridad. Los contratos de estos últimos ya contemplaban la cesión en exclusiva de los derechos de publicación en ambas plataformas, la impresa y la digital. Y la empresa Información Local Digital, S. L. tiene contratadas a 15 personas. El convenio colectivo abarca ambas empresas, si bien los trabajadores de Información Local Digital, S. L. tienen categoría de administrativos, al contrario que los periodistas de Información Local, S. A., que la tienen de redactor o de redactor-jefe. Estas últimas categorías laborales, naturalmente, están mejor remuneradas que la de administrativo.

Un grupo internacional, World Wide Newspapers Inc., cuya filial en España es Grupo World Wide Newspapers, se interesa por adquirir Información Local, S. A. e Información Local Digital, S. L., e incorporar la cabecera *Información Local* dentro de su grupo, tanto la versión impresa como la digital. Finalmente, ambas empresas llegan a un acuerdo: Información Local, S. A. se incorporará al Grupo World Wide Newspapers, aunque mantendrá su propia personalidad, trabajadores y estructura. Además de inyectar capital, Grupo World Wide Newspapers pretende que haya sinergias entre todas sus cabeceras (dispone de más de 20 diarios en toda España, y casi 100 en el mundo).

Para ello, propone a Información Local S. A. y/o Información Local Digital S. L. poder disponer en exclusiva de las informaciones, fotografías, dibujos e infografías de *Información Local* e *InformacionLocal.com*, y a su vez ambas cabeceras dispondrán de información internacional y nacional del Grupo.

Cuando los responsables de Información Local, S. A. y de Información Local Digital, S. L. plantean esta posibilidad, los trabajadores, a través de sus representantes (el comité de empresa) plantean algunas cuestiones:

- Si las informaciones propias de *Información Local* e *InformacionLocal.com* pueden ser utilizadas por otros medios del Grupo World Wide Newspapers (España), si se han contemplado los derechos morales. Si se reproducen tal cual, está claro que habrá de mencionarse al autor de la noticia, fotografía o gráficos, pero si se emplea para completar informaciones de otros periodistas de las cabeceras del Grupo World Wide Newspapers (España) quieren saber cómo se respetarán los derechos morales de paternidad, integridad y otros que pudieran plantearse.
- Si las informaciones propias de *Información Local* e *InformacionLocal.com* pueden ser utilizadas por otros medios de World Wide Newspapers Inc. (es decir, por medios internacionales). Están igualmente preocupados por los derechos morales, sobre todo en aquellos medios del grupo que son americanos o ingleses, donde la empresa puede ser considerada la autora de las informaciones, no así en España.

- Asimismo, por lo que respecta al uso de sus informaciones, los periodistas de Información Local, S. A. y de Información Local Digital, S. L. preguntan si, en el caso de que deban ser traducidas a otros idiomas, se ha contemplado si sus derechos se verán afectados, si deben pedirles permiso o si tienen derecho a reclamar algún tipo de compensación.
- A los trabajadores se les ha dicho que sus contratos no sufrirán modificaciones, puesto que siguen trabajando para Información Local, S. A. y para Información Local Digital, S. L., pero dichos contratos no prevén la cesión de su obra a terceros. Se preguntan cómo será posible ahora que se puedan ceder a Grupo World Wide Newspapers, y si este grupo pretende, a su vez, poder negociar con otras empresas y grupos diferentes la reproducción de sus obras. Los contratos de los periodistas contratados antes de 1995, por otra parte, ni siquiera contemplan la reproducción de su obra (impresa) en *InformacionLocal.com*, aunque siempre se ha hecho de común acuerdo y conociendo los trabajadores que su obra se reproducía en el medio digital. Ahora, sin embargo, se preguntan si no habría que establecer cláusulas adicionales en sus contratos, ya que su obra va a ser reproducida en otros medios digitales.
- Finalmente, Grupo World Wide Newspapers, como persona jurídica, negocia la cesión de sus noticias a empresas de *press clipping*, y los periodistas de Información Local, S. A. y de Información Local Digital, S. L. se preguntan si sus obras también estarán reproducidas en este tipo de resúmenes de prensa. Entienden que al estar contratados para estas empresas y no directamente para Grupo World Wide Newspapers, estos derechos deberían ser igualmente negociados. También se preguntan si es el mismo caso cuando sus obras sean reproducidas por empresas con ánimo de lucro o por los gabinetes de comunicación de las instituciones públicas de su área de influencia. Si, como parece lógico y ahora indica la ley, se debe compensar económicamente, ¿quiénes deben ser los compensados: las empresas o los autores?

Los representantes de las empresas Información Local, S. A. y de Información Local Digital, S. L. informan a los representantes del Grupo World Wide Newspapers, que les dicen que esperan algún tipo de propuesta por su parte para poder negociar estos extremos. Por lo tanto, los representantes de Información Local, S. A. y de Información Local Digital, S. L. comunican a su Comité de Empresa y a su Servicio Jurídico que sería conveniente que mantuviesen una serie de reuniones para poder trasladar una propuesta conjunta a Grupo World Wide Newspapers. Acuerdan, en la primera reunión, que los abogados presenten un informe y que el Comité de Empresa presente otro, y a partir de esos documentos, comenzarán a ver coincidencias y diferencias y tratarán de llegar a una propuesta común consensuada. De forma previa, los abogados

de la empresa presentan un resumen de casos que consideran que pueden ser de aplicación para la resolución del problema (los que presentamos en las referencias a la jurisprudencia asociada al caso).

Téngase también siempre presente el Texto Reformado de la Ley de Propiedad Intelectual 1/1996.

9.4. Definición de las alternativas

La resolución del caso consiste en adoptar uno de los papeles, el de los abogados de la empresa o el de los representantes de los trabajadores, examinar las posibilidades, y presentar sendos documentos para su discusión.

Las preguntas fundamentales a que habrá que responder son:

- ¿Qué derechos morales pueden estar afectados, por qué y de qué manera? En concreto, ¿qué ocurre con los derechos de paternidad y de integridad de la obra? Eventualmente, sobre todo en aquellos trabajadores contratados antes de la puesta en marcha de la edición digital, ¿tendrían acceso a la obra si dejaran la empresa debido a la entrada de un nuevo grupo? ¿Qué podrían alegar? ¿Podrían pedir la digitalización de sus obras? ¿Llevarla a cabo ellos mismos? ¿En qué términos habría que plantear estas soluciones? ¿El derecho moral de modificación de la obra puede verse afectado? ¿Podrían los periodistas o fotógrafos de *Información Local* o de *InformaciónLocal.com* solicitar que sus obras salgan del mercado?
- ¿Qué derechos patrimoniales se verían afectados con la nueva situación? ¿El de distribución, comunicación pública, puesta a disposición? En especial, ¿cómo se gestionarían los derechos de transformación de las obras, en sus diferentes formas, que pasen a formar parte de otras obras –informaciones, reportajes, especiales digitales–, o que sean traducidas? Si Grupo World Wide Newspapers decidiese digitalizar la hemeroteca de diarios impresos de *Información Local* y ponerla a disposición de los internautas en su propia página web, o diese un enlace a la página web de *InformaciónLocal.com*, ¿afectaría esto a los derechos de los periodistas que trabajaron para la versión impresa del diario?
- ¿Cómo podría el Grupo World Wide Newspapers hacerse con los derechos de las obras de los periodistas y fotógrafos de *Información Local* e *InformaciónLocal.com* de cara a negociar a su vez la cesión de derechos de reproducción a determinadas empresas de *press clipping*? ¿Deberían reclamar los trabajadores algún tipo de compensación? ¿Deberían considerar los trabajadores algún tipo de excepción cuando la reproducción se haga por parte de los gabinetes de comunicación de instituciones públicas sin ánimo de lucro?

- ¿Cómo deberían plasmarse estos acuerdos a los que se llegue dentro del grupo Información Local, S. A.: convenio colectivo, acuerdos individuales, cláusulas contractuales nuevas...?

La **conclusión** consistirá en la redacción de un informe conjunto consensuado por empresa y trabajadores de Información Local, S. A. y de Información Local Digital, S. L. para ser elevado a Grupo World Wide Newspaper.

9.5. Jurisprudencia de aplicación al estudio de caso

Se puede acceder a esta jurisprudencia a través de la base de datos Westlaw, antigua Aranzadi.

- Sentencia núm. 237/1999 del Tribunal Supremo al Recurso de Casación núm. 2935/1994.
- Sentencia del Tribunal Supremo de 6 de noviembre de 2006 [...].
- Sentencia de la Audiencia Provincial de Barcelona al Recurso de Apelación núm. 384/2001.
- Sentencia del Tribunal Supremo al Recurso núm. 1128/1991.
- Sentencia de la Audiencia Provincial de Madrid, 25 de mayo de 2004 [...].

Para completar el caso de estudio se ha creado un artículo específico de un documento ficticio, tal y como se refleja a continuación:

- Convenio colectivo de la empresa Información Local, S. A.
Artículo 45. Cláusula de conciencia y derecho de autor.
La Dirección de la Empresa Información Local, S. A. y sus sociedades filiales reconoce y ampara el derecho de los trabajadores de la información a guardar el secreto profesional y a invocar la cláusula de conciencia y el derecho de autor cuando el desempeño de sus labores profesionales lesione sus convicciones.

Bibliografía

- Barberán Molina, Pascual Jorge** (2010). *Manual práctico de propiedad intelectual*. Madrid: Tecnos.
- Bercovitz Rodríguez-Cano, Rodrigo** (coord.) (2001). *Manual de propiedad intelectual*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Bercovitz Rodríguez-Cano, Rodrigo y otros** (2006). *Las reformas de la Ley de propiedad intelectual*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Bercovitz Rodríguez-Cano, Rodrigo y otros** (2007). *Comentarios a la Ley de propiedad intelectual*. Madrid: Tecnos.
- Buganza, C.; Ginés Castellet, N.** (2007). *Novedades en la Ley de Propiedad Intelectual*. Barcelona: Bosch, ESADE.
- Bochurberg, Lionel** (1994). *Le droit de citation: propriété littéraire et artistique, droits voisins et droit des marques. Étude de droit comparé: œuvres littéraires, œuvres artistiques et photographiques*. París: Masson.
- Busch, C. y otros** (2003). *Quien paga no es el autor. Los creadores de imágenes y sus contratos*. Madrid: Trama editorial.
- Castellano Cachero, J.; Feijóo González, C.; Pérez Martínez, J.** (2003, enero-marzo). "Propiedad intelectual e Internet. El nuevo derecho de puesta a disposición". *Telos*.
- CC. OO.** (2011). "Periodistas de CC. OO. reclama que los periodistas en España disfruten de derechos de autor". En: *CC. OO. servicios a la ciudadanía, medios de comunicación, artes, cultura y deporte*, 25-4-2011. Disponible en línea.
- Colombet, Claude** (1997). *Grandes principios del derecho de autor y los derechos conexos en el mundo. Estudios de derecho comparado*. Madrid: UNESCO, CINDOC (CSIC).
- Croella, Carole** (2010). *Can copyright exception benefit Journalists?*.
- Desantes Guanter, José María** (1975, enero). "Los derechos de autor sobre el material publicado en la prensa". *Revista General de Legislación y Jurisprudencia* (n.º 1, pág. 31-61). Madrid.
- Desantes Guanter, José María** (1991). "En torno al derecho de autor del periodista". Congreso Iberoamericano de propiedad intelectual (pág. 799-805). Madrid: Ministerio de Cultura.
- Desantes Guanter, José María** (1993). "El derecho de autor en la Constitución española de 1978". *Cuadernos constitucionales de la Cátedra Fadrique Furió Ceriol* (n.º 3, pág. 5-19).
- Díaz Noci, J.** (2003, mayo). "Derechos de autor de los periodistas. El caso de los resúmenes de prensa". *Zer* (n.º 14, pág. 111-128). Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- Díaz Noci, J.** (2004). *Los resúmenes de prensa en los gabinetes de comunicación. Una aproximación jurídica*. La Coruña: NetBiblos.
- Díaz Noci, J.** (2005). "Marco legal: derechos de autor y propiedad intelectual". En: Ramón Salaverría (coord.). *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España* (pág. 279-304). Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Doutrelepont, Carine** (1997). *Le droit moral de l'auteur et le droit communautaire: analyse en droit comparé et en droit européen*. Bruselas, París: Bruylant.
- Dusollier, Séverine** (2010). *Estudio exploratorio sobre los derechos de autor y los derechos conexos y el dominio público*. Ginebra: OMPI.
- Erdozain, José Carlos** (2002). *Derechos de autor y propiedad intelectual en Internet*. Madrid: Tecnos.
- Federación Internacional de Periodistas** [s.d.]. *Authors' Rights a manual for journalists*.
- García Sanz, Rosa María** (2008). *El derecho de autor en Internet*. Tesis Doctoral. Madrid: Universidad Complutense.

Garrote Fernández-Díez, Ignacio (2003). *El derecho de autor en Internet. Los Tratados de la OMPI de 1996 y la incorporación al Derecho Español de la Directiva 2001/29/CE*. Granada: Comares.

Garrote Fernández-Díez, Ignacio (2010). *La reforma de la copia privada en la Ley de propiedad intelectual*. Granada: Comares.

Gay Fuentes, Celeste (2006). *La propiedad intelectual en el entorno digital: la participación española*. Madrid: Fundación Alternativas.

Gómez De León, Luis (2010). *Curso práctico sobre propiedad intelectual e industrial en la página web*. Madrid: Editorial Lex Nova.

González López, M. (1993). *El derecho moral del autor en la ley española de propiedad intelectual*. Madrid: Marcial Pons.

Gorospe (2003). "La negociación colectiva y los derechos de autor". En: J. Larrañaga; J. Díaz Noci (coord.). *El periodista ante el mercado laboral* (pág. 159-172). Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

Intellectual Property Law 2010-2011 (2010). Milton Park, Nueva York: Routledge.

Iturralde Sesma, Victoria (1995). *El precedente en el Common Law*. Madrid: Civitas.

Jiménez Martínez, María Victoria (2005). *El autor y las publicaciones periódicas: el régimen jurídico específico del texto refundido de la Ley de propiedad intelectual*. Alcalá de Henares: Universidad de Alcalá de Henares. Servicio de Publicaciones.

Josselin-Gall, Muriel (1995). *Les contrats d'exploitation du droit de propriété littéraire et artistique: Étude de droit comparé et de droit international privé*. París: GLN Joly.

Larrañaga, J.; Díaz Noci, J. (2003). *El periodista ante el mercado laboral* (pág. 159-172). Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

Lessig, L. (2001). *El código y otras leyes del ciberespacio*. Madrid: Taurus.

Massaguer Fuentes, J. (1997). "Los derechos de propiedad intelectual en Internet". *Comunicación y Estudios Universitarios. Revista de Ciències de la Informació* (n.º 7, pág. 61-71). Valencia: Fundación Universitaria San Pablo CEU.

Michinel Álvarez, M. A. (1998). "La propiedad intelectual en el plano internacional: ley aplicable al derecho de autor". En: E. Fernández Masía y otros. *Los derechos de propiedad intelectual en la nueva sociedad de la información. Perspectivas de derecho civil, procesal, penal e internacional privado* (pág. 163-190). Granada: Comares.

Miguel Asensio, P. A. (2001). *Derecho privado de Internet*. Madrid: Civitas.

Ministerio de Cultura (s.f.). *Definición de la propiedad intelectual*. Disponible en línea.

Moraes, Rodrigo (2003, dic.). "Direito autoral do jornalista empregado". *A Tarde*. Salvador de Bahia.

Moraes, Rodrigo (2008). *Os direitos morais do autor. Repersonalizando o direito autoral*. Río de Janeiro: Lumen Juris.

Moreno Martínez, Juan Antonio (2008). *Límites a la propiedad intelectual y nuevas tecnologías: sus incidencias por Ley 23/2008, de 7 de julio*. Madrid: Dykinson.

Nova Labián, Alberto José de (2010). *Delitos contra la propiedad intelectual en el ámbito de Internet: especial referencia a los sistemas de intercambio de archivos*. Madrid: Dykinson.

Oliveira Ascensao, José de (2002). *Direito da internet e da sociedade da informação*. Río de Janeiro: Editora Forense.

OMPI (2007). *Principios básicos del derecho de autor y derechos conexos*. Disponible en línea.

OMPI (s.f.). *¿Qué es la propiedad intelectual?* Disponible en línea.

Ortega Díaz, Juan Francisco (2006). *Los enlaces en Internet: propiedad intelectual e industrial y responsabilidad de los prestadores*. Pamplona: Aranzadi.

Palao Moreno, Guillermo; Plaza Penadés, Javier (2009). *Nuevos retos de la propiedad intelectual*. Pamplona: Aranzadi.

Pérez de Ontiveros Baquero, C. (1997). "Comentario al artículo 33". En: R. Bercovitz Rodríguez Cano (dir.). *Comentarios a la ley de propiedad intelectual: Real decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia*. Madrid: Tecnos.

Pérez de Castro, N. (2001). *Las obras audiovisuales. Panorámica jurídica*. Madrid: Reus.

Ragel, Luis Felipe y otros (2005). *La duración de la propiedad intelectual y las obras en dominio público*. Madrid: Reus.

Rodríguez Tapia, José Miguel (2009). *Comentarios a la Ley de propiedad intelectual*. Madrid: Civitas.

Rogel Vide, Carlos (coord.) (2001). *Creaciones audiovisuales y propiedad intelectual. Cuestiones puntuales*. Madrid: Reus.

Salokannel, Marjut (1997). *Ownership of rights in audiovisual productions: a comparative study*. Londres: Kluwer Law International.

Sánchez Almeida, Carlos (2009, sept.). "Derecho de cita de artículos periodísticos". *El Mundo.es*.

Soler Masota, P. (1997). "La propiedad intelectual en la fotografía". *Comunicación y Estudios Universitarios. Revista de Ciències de la Informació* (n.º 7, pág. 47-60). Valencia: Fundación Universitaria San Pablo CEU.

Strowel, Alain (1993). *Droit d'auteur et copyright: divergences et convergences: étude de droit comparé*. Bruselas, París: Bruylant.

Strowel, Alain (2001). "Liability With Regard to Hyperlinks". *Columbia - VLA Journal of Law & the Arts*.

Valjakka, Ari (2001) "The Benefits and Dangers of Media Convergence". Ponencia en el World Association of Newspapers Congress.

Valle Chousa, Santiago de (2005). *Los derechos de autor y la propiedad intelectual en el periodismo especializado*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Servicio de Publicaciones.

Normativa específica de medios de comunicación o asociaciones profesionales citada en el texto

ABC El Periódico Electrónico S. L. *Aviso legal*. Disponible en línea.

CADENASER.com. *Aviso legal. Condiciones Generales de uso*. Disponible en línea.

Col-legi de Periodistes de Catalunya (1991). *Estatut Marc de Redacció*. Disponible en línea.

Corporació Catalana de Mitjans de Comunicació. *Estatut Professional dels Mitjans de Comunicació de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió*. Disponible en línea.

Europapress.es. *Aviso Legal. Condiciones Generales de Uso del Sitio Web*. Disponible en línea.

FT.com. *Terms & Conditions*. Disponible en línea.

Guardian.co.uk. *Terms and conditions*. Disponible en línea.

La Vanguardia. *Estatuto de redacción de La Vanguardia*. Disponible en línea.

NYTimes.com. *Terms of Service*. Disponible en línea.

Público.es. *Aviso legal*. Disponible en línea.

Legislación, convenios, casos y sentencias

Real decreto de 24 de julio de 1889 por el que se publica el Código Civil.

Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril de 1996, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia.

Directiva 2001/29/CE del Parlamento Europeo y del consejo, de 22 de mayo de 2001, relativa a la armonización de determinados aspectos de los derechos de autor y derechos afines a los derechos de autor en la sociedad de la información.

Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas del 9 de septiembre de 1886.

Tasini *et al* vs. New York Times. Decisión de la Corte Suprema de los Estados Unidos.

Shetland Times vs. Shetland News. Edimburgo.

Fallo de la Corte Suprema de los Estados Unidos, de 25 de junio de 2001, a favor de los periodistas autónomos.

Caso Volkrant. Holanda.