

# ¿De qué hablan los medios cuando hablan de propiedad intelectual? Un análisis comparativo de contenido en la prensa de calidad

Javier Díaz Noci

## Resumen

Este artículo trata de explicar cuáles son los principales aspectos y derechos, morales, de explotación económica o conexos, tratados por los principales medios de comunicación de calidad de una muestra representativa de las dos principales tradiciones jurídicas, el *common law* (y el sistema de *copyright*) y el *civil law* (y el sistema de derechos de autor). Se produce un análisis de contenido sobre informaciones publicadas por dichos medios, los principales de los Estados Unidos (*The New York Times*, *The Washington Post*), Canadá (*The Globe and Mail*, *La Presse*), Francia (*Le Monde*, *Le Figaro*), España (*El País*, *El Mundo*), Italia (*La Repubblica*, *Corriere della Sera*) y el Reino Unido (*The Guardian*, *The Times*) en los primeros meses de 2014, cuando, por cierto, se produjeron numerosas reformas en materia de propiedad intelectual, tanto en el área nacional como por parte de instituciones supranacionales (Unión Europea, WIPO-OMPI).

PALABRAS CLAVE: Prensa de calidad, derecho de autor, propiedad intelectual, *copyright*, derecho comparado.

## What do the media refer to when they speak of intellectual property? A comparative content analysis in the quality press

## Abstract

This paper seeks to present the principal aspects and rights (moral, financial-operational or of related nature) dealt with by the leading quality media of a represen-

tative sample of the two main legal traditions: common law (with the copyright system) and civil law (with the authors' rights system). A content analysis is conducted on the news published by the aforementioned media in the United States (*The New York Times*, *The Washington Post*); Canada (*The Globe and Mail*, *La Presse*); France (*Le Monde*, *Le Figaro*); Spain (*El País*, *El Mundo*); Italy (*La Repubblica*, *Corriere della Sera*); and the United Kingdom (*The Guardian*, *The Times*), in the opening months of 2014, when several reforms were made in intellectual property, both within these nations and in supranational structures (European Union, WIPO-OMPI).

KEYWORDS: quality press, authors' rights, intellectual property, copyright, comparative law.

---

## Introducción

Saber cómo los medios tratan la propiedad intelectual, qué cuestiones y derechos son aquellos sobre los que proyectan su interés, y hasta qué punto el tratamiento informativo que llevan a cabo sobre la propiedad intelectual se relaciona con cómo emplean la ley para regular sus propios contenidos. Este es el propósito de este artículo, parte de una investigación más amplia sobre derechos de autor de la obra periodística o, más en concreto, de la actividad informativa —la que llevan a cabo medios, profesionales y, ahora también, usuarios activos—, titulada *Copyright and news reporting: a comparative research on the authors' rights of media companies, journalists and audiences*. Es también parte, y a su amparo se presenta como uno de los resultados que se van obteniendo, de un proyecto de investigación competitivo, *Audiencias activas y periodismo: ¿ciudadanos implicados o consumidores motivados?*, subvencionado por el Ministerio de Economía e Innovación, 2012-2015, ref. CSO2012-39518-C04. Completa otros resultados publicados (Díaz Noci, 2013 y 2014a y b), y se inscribe dentro de un método comparativo-funcionalista desde un punto de vista legal (Bell, 2011; Cruz, 2007; Öricü, 2010; Zweigert y Kötz, 1987).

El análisis que planteamos se basa en un análisis de contenido de las noticias publicadas por medios de referencia acerca de la propiedad intelectual. Nos hemos centrado, en principio, en diarios, y más concretamente en diarios digitales, por dos razones: en primer lugar, por la facilidad de acceso a las noticias que analizamos, la mayoría publicadas también en versión impresa, y a los documentos legales, en algunos casos muy extensos —aunque no completamente dedicados a la regulación de la propiedad intelectual y los derechos de autor— y, en segundo lugar, por la rapidez y concreción con que se pueden hacer búsquedas mediante términos cruzados. Con desiguales resultados, por cierto: por una parte, no todos los medios permiten rastrear su hemeroteca digi-

tal indefinidamente, y los hay que sólo permiten acceder a los resultados del último año, razón por la cual hemos limitado la presentación de los resultados contenidos en este texto —que deben ser considerados parciales, pero creemos que suficientemente representativos— y, por otra parte, no en todos los casos la búsqueda es lo suficientemente avanzada como para buscar mediante dos términos enlazados (propiedad + intelectual, o sus traducciones a la respectiva lengua, o derecho + autor), y éste ha sido el caso, por ejemplo, de *The Daily Telegraph*, que ha arrojado demasiados ítems que no tienen que ver con nuestro tema como para poder ser considerado.

En cuanto al universo, buscamos ver cuál es el tratamiento sobre propiedad intelectual y derecho de autor en los medios de calidad, por lo que recurrimos a una clasificación de aquellos diarios —y sus respectivas versiones web— que no dijese cuáles eran los más leídos en cada país que tratábamos. Nos parecía importante consultar los diarios de referencia en el Reino Unido, especialmente en Inglaterra (Escocia dispone de un sistema legal con algunas particularidades, aunque la *Copyright Act* se aplica de forma unitaria en todo el Reino Unido), en los Estados Unidos y en Canadá, como principales países, estos últimos además poderosos económicamente, por parte del *common law*; y en aquellos países de la Europa continental cuya lengua conocemos y que tienen suficiente peso y tradición como para poder ofrecer un resultado suficientemente orientativo de las tendencias en el tratamiento del tema que nos ocupa. Por tanto, escogimos España, Italia y, sobre todo, Francia, país que es un referente en la legislación continental de derecho de autor. Desgraciadamente, cuestiones de lengua nos han impedido aplicar un análisis similar a países escandinavos o a Alemania, cuyo peso económico, legal y político en el continente y en el mundo es indiscutible. Pretendemos, por otra parte, buscar medios de tendencias políticas diferentes y, así, para el caso estadounidense analizamos *The New York Times* y *The Washington Post*, para el caso británico nos fijamos en *The Guardian* y en *The Times* y para el caso canadiense interrogamos a *The Globe and Mail*, en lengua inglesa (y, por tanto, de tradición jurídica de *common law*), y *La Presse*, de Quebec, y por tanto en lengua francesa y de un territorio donde, al contrario que en el resto del país, la tradición jurídica es el *civil law*. En cuanto a la tradición jurídica de *civil law*, hemos considerado los españoles *El Mundo*, *El País*; los franceses *Le Monde* y *Le Figaro*, y el italiano *La Repubblica* (el *Corriere della Sera* no arrojó resultados relevantes).

En total, hemos analizado 316 noticias entre enero y abril de 2014, aunque en el futuro pretendemos extender la muestra. Se han considerado aquellas que directamente aludían a las diferentes cuestiones relacionadas con la propiedad intelectual. Nos hemos limitado a las informaciones, aunque con certeza los artículos de opinión nos ofrecerían unos resultados altamente interesantes, por

tanto lo dejamos para mejor ocasión, toda vez que no siempre este tipo de textos reflejan el pensamiento del medio. Un primer resultado es bien significativo: hay prácticamente tantas informaciones en español, a pesar de que solo hemos recogido las de dos medios (lamentablemente, hemos dejado de lado las informaciones de otros países de lengua castellana), como en inglés: 100 y 118. Por tanto, y a pesar de la prevención en hacer generalizaciones a partir de datos recogidos como estamos explicando, es obvio el interés que suscita la propiedad intelectual, y en concreto y para el caso español los derechos de los autores —y de las personas jurídicas, como los editores de diarios—, en España. Admitamos, sin embargo, la presencia de un sesgo evidente, que en el período estudiado no se ha producido —sí en otros, de ahí la necesidad de extender el análisis en el tiempo—, que es el anuncio de una reforma legal en España, que el gobierno ha insistido en centrar sobre todo en lo que de forma general se denomina la «tasa Google», similar a la que, de una manera u otra, se consideró en Francia, Bélgica o Alemania (en este último país se aprobó efectivamente una reforma de la legislación de propiedad intelectual en este sentido). Si eliminamos las quince noticias relacionadas directamente con esta cuestión en los diarios españoles estudiados, la comparación de la importancia dada a la propiedad intelectual, cuando no hay una reforma legal que acapara la atención informativa durante unas semanas, queda bastante más cercana a la realidad.

Unas palabras sobre los términos de búsqueda: para los medios en inglés, hemos preferido, por cuestiones que explicamos algo más adelante, *intellectual property law*, preferentemente en forma de frase completa, y no *authors' rights*, denominación que se usa en el mundo académico pero menos en el informativo, ni *copyright*, que nos arrojaba búsquedas inexactas: prácticamente todas las noticias tienen un aviso de *copyright*, y por tanto contienen este término, hablen o no de propiedad intelectual. Para los medios en francés, castellano o italiano hemos combinado, en cambio, «propiedad intelectual» (y sus equivalentes *propriété intellectuelle* y *proprietà intellettuale*) y «derecho(s) de autor» (y sus equivalentes *droit d'auteur*, el preferido siempre en la doctrina francesa, y *diritto d'autore*, también el más extendido en Italia). Y ello porque en la tradición jurídica de *civil law* propiedad intelectual y derecho de autor son equivalentes (y corresponderían al *copyright* del *common law*), mientras que otras cuestiones, que en el mundo jurídico anglosajón se engloban bajo el paraguas de la *intellectual property* (*patents, trademarks, licences*) en nuestra concepción legal son propias de la propiedad industrial (sobre las diferencias entre uno y otro sistema, véase, por ejemplo, Strowel, 1993; Benhamou y Frachy, 2007). En todo caso, y para acceder a los ítems estudiados, ha ayudado enormemente que medios como *The Guardian*, *El País* o *Le Monde* los engloban, mediante etiquetado, en rúbricas o epígrafes. Igualmente, y sobre todo en el caso francés, es

bien significativo que en la sección titulada *Droit d'auteur* se recojan informaciones sobre propiedad industrial, como en los medios anglosajones, y que este epígrafe esté subordinado al de tecnología, lo que acerca de *Le Monde*, lo avanzamos ahora, a la concepción anglosajona. En concreto, se han analizado 178 noticias de medios que podrían adscribirse al *common law* y 198 de medios correspondientes al *civil law*. Una razón evidente para esta pequeña diferencia es que se han considerado más medios de la segunda que de la primera, toda vez que, aunque *La Presse* es un medio canadiense, al ser un medio quebequés su tradición jurídica está más cercana a la francesa que a la inglesa. Sin embargo, se ha preguntado al corpus informativo que hemos reunido sobre qué tradiciones jurídicas informan, y aquí los resultados son similares. Después veremos con más detalle los resultados en forma de tabla.

En todo caso, hemos considerado cuál es el tema principal de las noticias que estudiamos, según la tradicional división anglosajona de la propiedad intelectual: *copyright*, *patents*, *licences* y *trademarks*. También hemos recogido una categoría «contenedor», otros derechos relacionados, que generalmente son derechos de imagen. Los resultados son los que se muestran en esta tabla:

Por tanto, y aunque la mayoría de las noticias tratadas se refiere directamente a nuestro objeto de interés, el derecho de autor o *copyright*, es evidente el peso que tienen las patentes y los acuerdos comerciales entre empresas, en el tratamiento informativo que se da a la propiedad intelectual en los medios de referencia.

Dichas noticias se han sometido a un sencillo análisis de contenido, en función de varias categorías, y se ha construido una base de datos que permitiese cruzar los resultados:

Además de los datos de registro (medio, fecha, título de la noticia, sección —aunque este campo, al tener en cuenta la modularidad de Internet, se reveló irrelevante en buena medida—, aspectos de la *intellectual property* tratados —campo éste empleado como filtro—, país del medio, país sobre el que se informa, ideología del medio y tradición legal en que se inscribe), planteamos una serie de temas que trataba cada noticia. Sobre todo y cuando se refería estrictamente a los derechos de autor, se observó qué derechos mencionaba o consideraba cada noticia, ya que no siempre se trata de referencias expresas —sin duda

TABLA 1. Noticias relacionadas con la propiedad intelectual

<i>Copyright</i>	<i>Patents</i>	<i>Trademarks</i>	<i>Licences</i>	Otros
178	112	32	8	4
53 %	34 %	10 %	2 %	1 %

FUENTE: Elaboración propia.

Medium Date Title Section URL Language Intellectual property <input type="checkbox"/> Copyright/Author's rights <input type="checkbox"/> Patents <input type="checkbox"/> Trademarks <input type="checkbox"/> Licences <input type="checkbox"/> Others Country Country_about Ideology Legal tradition <input type="checkbox"/> Common law <input type="checkbox"/> Civil law	<b>Topics</b> <input type="checkbox"/> Legal reform <input type="checkbox"/> Commercial agreements <input type="checkbox"/> International treaties <input type="checkbox"/> Domestic affairs <input type="checkbox"/> Piracy <input type="checkbox"/> Google tax <input type="checkbox"/> UGC <input type="checkbox"/> Compensation <input type="checkbox"/> Plagiarism and unauthorized copy <input type="checkbox"/> Unfair competition <input type="checkbox"/> Links <input type="checkbox"/> Collective management <input type="checkbox"/> Public domain <input type="checkbox"/> Orphan works <input type="checkbox"/> Litigation <input type="checkbox"/> Inclusive casion <input type="checkbox"/> History and concepts <input type="checkbox"/> Other...	<b>Moral rights</b> <input type="checkbox"/> Paternity <input type="checkbox"/> Access to the original <input type="checkbox"/> Integrity <input type="checkbox"/> Retire from the market <b>Patrimonial rights</b> <input type="checkbox"/> Distribution <input type="checkbox"/> Disposal right <input type="checkbox"/> Collection right <input type="checkbox"/> Broadcasting <input type="checkbox"/> Reproduction <input type="checkbox"/> Derivative works <b>Other rights</b> <input type="checkbox"/> Sui generis rights <input type="checkbox"/> Droits voisins <b>Exceptions</b> <input type="checkbox"/> Citation rights <input type="checkbox"/> Fair use <input type="checkbox"/> Others
--	--	---

GRÁFICO 1. Base de datos de análisis de contenido.

FUENTE: Elaboración propia.

debido al tecnicismo del lenguaje jurídico—, divididos, como hacen las legislaciones de todos los países estudiados, entre derechos morales, patrimoniales o de explotación económica de la obra, otros derechos (sui generis y de los intérpretes y ejecutantes, o *droits voisins — related rights*) y las excepciones legales (cita, por ejemplo) que puedan resultar de aplicación. Todo ello, para poder hablar con cierta propiedad y fundamentados en los postulados de la *grounded theory* (Trinidad, Carrero y Soriano, 2006) de tendencias en el tratamiento de estas cuestiones jurídicas.

### ¿De qué hablan los medios de referencia cuando hablan de propiedad intelectual?

Entremos a considerar los datos. Para empezar, los más puramente numéricos. Por medios, estas son las cifras de ítems noticiosos por medio en el mismo periodo, y su porcentaje sobre el total:

Por países, el país que da un tratamiento más intenso a la propiedad intelectual y, en este caso, a los derechos de autor, es España. Si contamos todas las noticias el porcentaje es de un tercio de todas las noticias analizadas; si descontamos las que se refieren a la reforma de la Ley de Propiedad Intelectual (TRL-PI 1/1996), el porcentaje baja al 27 %, pero aun así es el país cuyos dos medios de referencia de ideologías diversas más atención dedican a estas cuestiones legales. Francia e Italia aportan un discreto 7 %, respectivamente, de las noticias analizadas. El Reino Unido, los Estados Unidos y Canadá, que dedican una atención a ítems más relacionados con lo que entre nosotros es propiedad industrial, nos han nutrido con entre el 15 % y el 25 % de las noticias analizadas.

No obstante, más allá de este mero dato cuantitativo, y de relativa importancia, nos hemos preguntado acerca de cuáles son los países de los cuales se informa más, bien sea el propio del respectivo medio o no. Y cuál es el nivel de coincidencia. He aquí los datos:

TABLA 2. Número total de noticias publicadas por cada medio (enero-abril de 2014) sobre propiedad intelectual

Medio	Noticias
<i>The New York Times</i>	57
<i>The Washington Post</i>	35
<i>The Globe and Mail</i>	17
<i>La Presse</i>	39
<i>Le Monde</i>	25
<i>Le Figaro</i>	9
<i>El País</i>	45
<i>El Mundo</i>	56
<i>La Repubblica</i>	24
<i>The Guardian</i>	19

FUENTE: Elaboración propia.

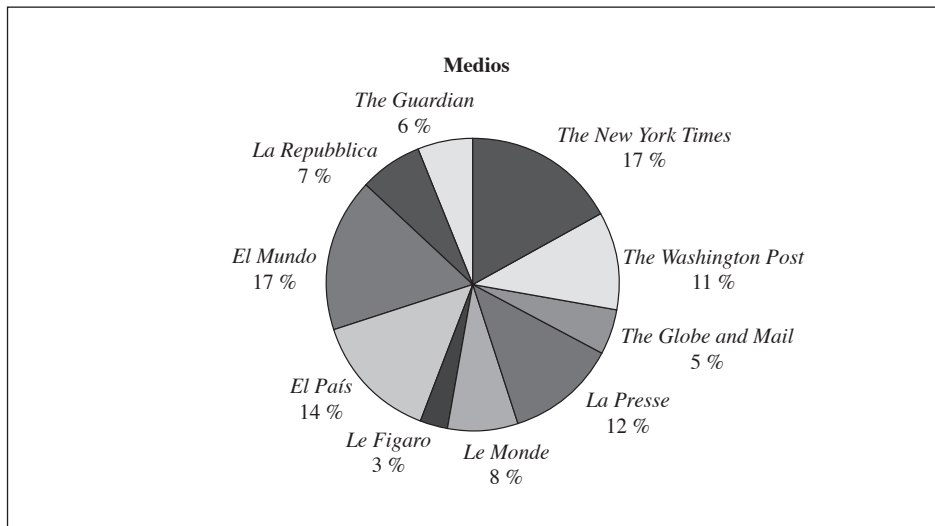


GRÁFICO 2. Porcentaje de noticias publicadas por cada medio (enero-abril de 2014) sobre propiedad intelectual.

FUENTE: Elaboración propia.

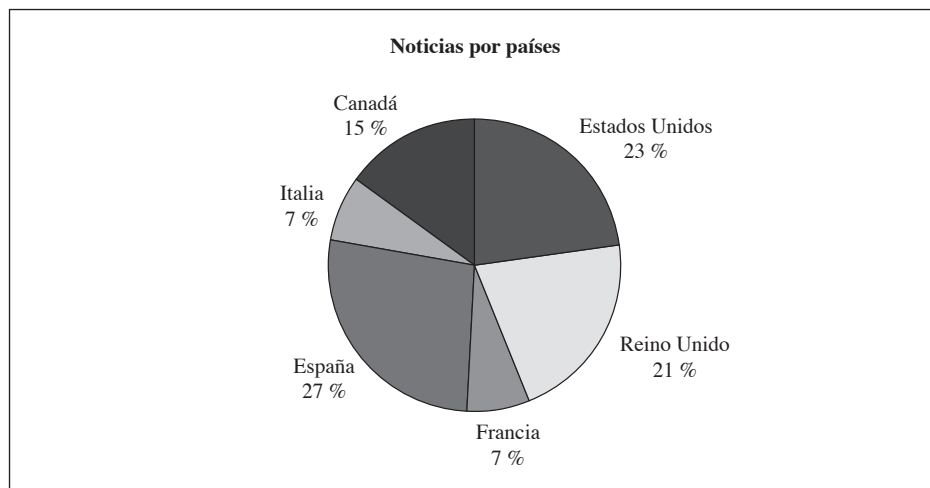


GRÁFICO 3. Porcentaje de noticias publicadas por cada medio (enero-abril de 2014) sobre propiedad intelectual.

FUENTE: Elaboración propia.

TABLA 3. Informaciones desde y sobre países y zonas geográficas

	<i>Medio</i>	<i>Informa sobre</i>	<i>Coincidencia</i>
EE. UU.	84	81	46
Reino Unido	19	8	4
Francia	25	10	9
España	99	67	67
Italia	24	17	17
Canadá	56	19	19
Japón		1	
Alemania		1	
Argentina		1	
China		6	
Rusia		4	
Brasil		1	
Sudáfrica		1	
UE		10	
Transnacional		92	

FUENTE: Elaboración propia.



Estos datos, creemos, empiezan a darnos resultados relevantes sobre los que merece la pena extenderse. Para empezar, hay algunos países sobre los cuales solamente se informa desde esos mismos países. Cuando los medios informan sobre España, Italia y Canadá se trata de medios, respectivamente, españoles, italianos y canadienses. Si no, ningún otro medio de ningún otro país, al menos en el periodo estudiado, informa sobre lo que ocurre allí. Sus empresas, si negocian en el mercado internacional, reciben poca información. Este hecho resulta sorprendente en el caso canadiense, conociendo su importancia en el mercado internacional y, sobre todo, sus relaciones con el otro gigante norteamericano, los Estados Unidos. Los medios canadienses informan muy a menudo sobre su vecino (hasta 12 noticias de 56, un 21,5 %, una cuarta parte larga), pero no hay en absoluto reciprocidad. Los gigantes tecnológicos —en el caso de los medios canadienses estudiados, 33 noticias son sobre patentes (Cornish, 1996) y sólo 18 sobre derecho de autor; en el caso estadounidense, las cifras son de 44 y 28, respectivamente— son estadounidenses (Apple, Google) o se negocia con ellos (el caso de Samsung). Ahora bien, los medios estadounidenses muestran un nivel de coincidencia de prácticamente la mitad: sólo 46 de 84 noticias de los medios estadounidenses hablan sobre su propio país. Esto muestra el interés por el comercio internacional. Un caso similar es el del Reino Unido. En cuanto a Francia, prácticamente todas las noticias (9 de 10) que hablan de ellos están producidas en Francia, pero el resto, quince más, hablan de otras realidades. Aunque ninguna es, por cierto, la Unión Europea. En realidad, la palma se la lleva la perspectiva transnacional (Miller y Zumbansen, 2012), sobre todo cuando no se habla de derecho de autor sino de patentes y otras cuestiones de la propiedad industrial. Un 29 %, casi un tercio, de las noticias son de este tipo. Algunos datos son engañosos a primera vista: le siguen las noticias sobre los Estados Unidos (un 26 %), lo que resulta lógico dada la importancia del país en el comercio y la política internacional. Que un 21 % de las noticias sea sobre España se explica por la endogamia de nuestro país: casi un 68 % de las noticias españolas se dedican a hablar de España, lejos si se quiere del 96,5 % estadounidense, pero también del 40 % francés, o el 42 % británico, y del 34 % canadiense.

Detengámonos un instante en las noticias con perspectiva transnacional, y en su procedencia. Damos primero los datos totales, pero nos referiremos después a su peso porcentual:

Mientras que los Estados Unidos y Canadá, y también España, muestran un peso superior al 20% del total de las noticias transnacionales estudiadas, Francia y el Reino Unido superan por poco el 10 % (11 y 12 %, respectivamente), e Italia sólo aporta el 7 % de las noticias. Por medios, en cambio, la situación es la que reflejamos en este gráfico:

TABLA 4. Procedencia de las informaciones de perspectiva internacional

<i>País</i>	<i>Noticias</i>
EE. UU.	23
Reino Unido	10
Francia	11
España	19
Italia	7
Canadá	22

FUENTE: Elaboración propia.

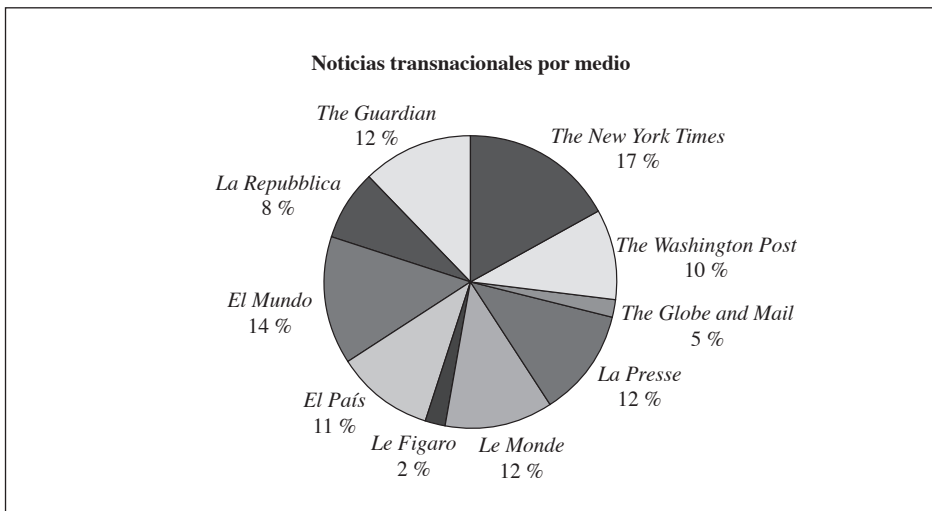


GRÁFICO 4. Porcentaje de noticias publicadas por cada medio (enero-abril de 2014) sobre el total de noticias con perspectiva transnacional.

FUENTE: Elaboración propia.

Como puede verse, *The New York Times* es el medio más atento a las noticias con un alcance global, seguido por *El Mundo*. La mayoría de los otros medios aporta alrededor de una décima parte de las noticias, y sólo *Le Figaro*, *La Repubblica* y *The Globe and Mail* están por debajo.

En cuanto a los temas tratados preferentemente, los acuerdos comerciales son los más abordados, seguidos por la piratería (conculcación tanto de derechos de autor como de patentes, e incluso de marcas comerciales) y, naturalmente, asuntos domésticos, mucho más que los tratados internacionales, aunque el corto periodo estudiado y la ausencia de negociaciones sobre los mismos sesga el

TABLA 5. Porcentaje de informaciones de cada país dedicadas a los acuerdos internacionales

<i>País</i>	<i>Porcentaje de informaciones</i>
EE. UU.	42 %
Canadá	30,40 %
Reino Unido	28,50 %
Francia	68 %
España	8 %

FUENTE: Elaboración propia.

resultado. Por países, queda clara la diferencia entre unos y otros. Mientras que los franceses están muy atentos a los acuerdos internacionales, y ello refleja la importancia que para sus empresas tecnológicas y culturales tiene el mercado global, en el caso de España sólo una décima parte de sus informaciones, o menos, muestra este interés.

También la llamada tasa Google: prácticamente todos los resultados, 15 sobre 16, vienen de España, por el efecto de saturación informativa en febrero de 2014 cuando el ministro José Ignacio Wert anuncia la reforma de la legislación española de propiedad intelectual y su propósito de que los agregadores de noticias, es decir, Google, compensen a los editores de prensa, como ya se ha intentado en Bélgica, Francia y Alemania. Valdría la pena llevar a cabo un análisis de las noticias publicadas por los medios de los diversos países cuando se llevaron a cabo esas reformas (España las siguió con atención), pero lo cierto es que ninguno de los medios franceses que hemos analizado hace ni una sola referencia a la reforma legal española ni a la tasa Google en el periodo estudiado. En cualquier caso, 23 de las 29 noticias sobre reformas legales son españolas, las otras se refieren a posibles reformas legales en los Estados Unidos (una de ellas, emitida desde el Reino Unido, donde lo que su antigua colonia hace se sigue con especial atención: «US Supreme Court to decide whether software can be patented», de *The Guardian*, 31 de marzo de 2014, una cuestión importante que refleja la importancia de la tradición del *judge made law* en la tradición de *common law*), Francia, Italia y Sudáfrica (esta última, sobre patentes, queda fuera de nuestro interés).

Otro asunto (las suspicacias hacia la gestión de la principal de ellas, la SGAE) que monopoliza los medios españoles en el periodo estudiado son las referencias a las entidades de gestión (siete noticias, todas españolas, un 2 % del total). Otras cuestiones tratadas, cuando las instituciones, y en concreto la Unión Eu-

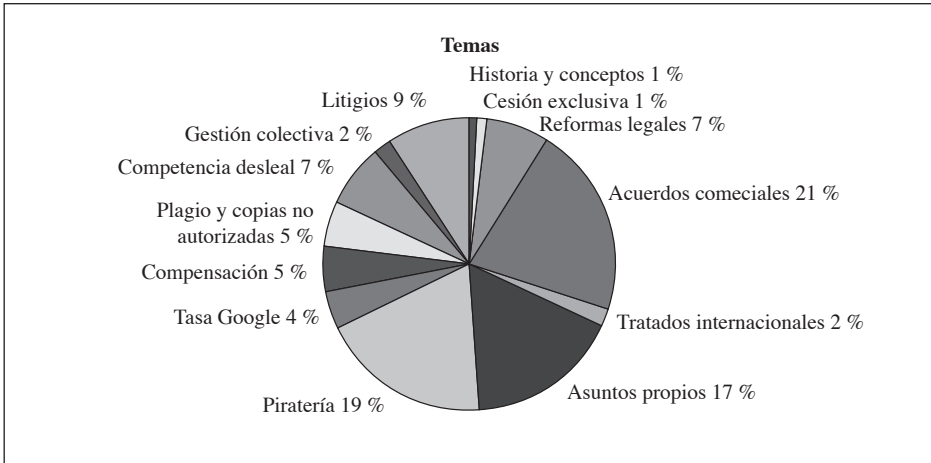


GRÁFICO 5. Temas de las noticias publicadas por cada medio (enero-abril de 2014).  
 FUENTE: Elaboración propia.

ropea, han intervenido para regularlas, son el paso de las obras al dominio público una vez expirado el plazo de protección de las mismas, 70 años después de la muerte del autor (sólo dos noticias), o sobre las denominadas *orphan works*, aquellas de las que no se puede determinar con certeza el autor ni los derechos que puedan corresponder sobre ellas. Cuestiones más teóricas, siempre con carácter complementario a otras informaciones, son la historia y los conceptos en torno a la propiedad intelectual, no siempre de fácil comprensión por parte de los profanos en derecho. Y la cesión exclusiva de derechos, que tanto preocupa a los medios en sus avisos legales, por otra parte.

Sin embargo, hay otras cuestiones que reflejan cuáles son los intereses de los medios de comunicación: muy claramente, la piratería (casi una quinta parte de las informaciones estudiadas, de las cuales un 92 % se refieren al derecho de autor, y el 8 % a la transgresión de derechos sobre patentes) y el plagio y las copias no autorizadas (Ginsburg y Gaubiac, 1998), un 5 % más. En total, la cuarta parte de las informaciones estudiadas se preocupa por estas dos cuestiones relacionadas. Y un 7 % más a la competencia desleal. Los litigios entre empresas, nacionales o internacionales, casi ocupan la décima parte de las noticias sobre propiedad intelectual de los medios estudiados, sobre todo en Canadá, los Estados Unidos y el Reino Unido: los países de *common law*, donde las decisiones judiciales no solo interpretan la ley, sino que *son* la ley.

En cuanto a los derechos mencionados en las noticias, el peso de los derechos patrimoniales o de explotación económica de la obra, los únicos que hasta hace

prácticamente treinta años reconocía la tradición jurídica de *common law*, por otra parte, muestran una abrumadora presencia: el 91 % de las informaciones estudiadas se ocupa de las vertientes de explotación comercial de las obras, o de la merma que actividades como la piratería, la competencia desleal, el plagio y la copia no autorizada están provocando en las empresas, más que en los autores individuales, muy raramente (la excepción sería la magra atención que les dedica *La Repubblica* italiana) mencionados. En este sentido, dicho sea de paso, las noticias sobre China (cuya reforma legal es, según los medios occidentales, y sobre todo los americanos, muy laxa) reflejan esta inquietud sobre las copias no autorizadas. Solo el 8 % de las informaciones que hemos recogido se centran en los derechos morales (Doutrelepoint, 1997) y ello de nuevo, porque el principal es el de paternidad, y éste es el principal derecho moral que las actividades mencionadas (Wilkinson y Gerolami, 2009) conculcan principalmente: el plagio, la piratería y la copia no autorizada, que hace pasar por propia de una persona natural o jurídica (sobre todo, ése es el interés de los medios, que son personas jurídicas a las que sólo muy tardíamente en la tradición jurídica continental se ha reconocido como autores o al menos con derechos sobre la obra colectiva) una obra, y puede transgredir tanto el derecho de autor, como el de marcas comerciales, si se trata de una empresa.

De los derechos patrimoniales, el de reproducción de la obra es el más aludido, como lo es el de puesta a disposición, que la legislación española engloba dentro del derecho de comunicación pública, aunque el de puesta a disposición, implementado tras una directiva europea, se refiere a la actividad principal de Internet (sobre las noticias y el derecho de autor en Internet, véase Westkamp, 2006; Rowland, 2003), mientras que el de *broadcasting* es la actividad principal de radios y televisiones. Puesto que buena parte de las informaciones se refiere a las prácticas que Internet ha multiplicado, es lógico que los derechos más tratados sean aquellos que tienen que ver con la Red. Le siguen los derechos de distribución física de ejemplares, por ejemplo las informaciones referidas a la pérdida de ingresos en concepto de venta de libros impresos por parte de las editoriales por el efecto de los libros electrónicos pirateados. Curiosamente, el derecho de transformación, que tan celosamente guardan para sí las empresas periodísticas, tanto de las obras que producen sus trabajadores como de los *user-generated contents*, a los que se dedican en todos los casos apartados enteros en los avisos legales y de los que no hay ni rastro en las noticias analizadas, se menciona una sola vez. Y los derechos conexos, o de intérpretes y ejecutantes, tan importantes en el *star system* de Hollywood, y por tanto mucho más desarrollados en la tradición jurídica de *common law*, están también muy poco representados, en una información sobre Tom Cruise de *La Presse* (Cruise nació en Canadá) del 6 de febrero de 2014. Otras cuestiones legales que preocu-

pan muy claramente a las empresas, como el derecho de cita y su relación con las revistas de prensa y las empresas de *press-clipping*, que provocaron en su día movimientos de *lobbying* y reformas legales en, sin ir más lejos, Francia e Italia, o hasta qué punto citar a otros entra o no dentro del *fair use* en los países anglosajones (Tushnet, 2004; Holte, 2008), y a las cuales se dedican párrafos enteros en los términos contractuales con el usuario que son los avisos legales, reciben la atención en tan solo cuatro noticias.

### **Conclusiones e investigación futura**

Es obvio que queda mucho por hacer, y que las líneas precedentes son solo una muestra de por dónde puede ir una de las líneas de investigación sobre derechos de autor: aquello que los medios, y las compañías que los crean, están interesados en hacer llegar al público. También es evidente que necesitaríamos una cantidad mayor de noticias a analizar, durante mucho más tiempo, para corregir los posibles sesgos que la actualidad introduce en el tratamiento de las informaciones sobre esta cuestión. Ahora bien, y teniendo en cuenta estas limitaciones, a las que también nos hemos referido a lo largo del texto, creemos que se pueden avanzar algunas conclusiones, o al menos avanzar algunas ideas acerca de qué es lo que los medios destacan del tratamiento de la propiedad intelectual, qué es lo que silencian y cuál es su postura al respecto.

En primer lugar, aunque menos en España o en Italia y más en los medios de aquellos países que no son meros receptores de tecnología y que tienen un peso importante en el panorama del comercio internacional, son las cuestiones relacionadas con la actividad económica y comercial las que se destacan: claramente en los medios canadienses, estadounidenses y franceses. Por eso, incluso en los medios franceses, de una tradición jurídica para la cual propiedad intelectual es sinónimo de derecho de autor, se ha adoptado una visión propia de la tradición jurídica de *common law*, y se da casi tanta importancia a aspectos de la propiedad industrial (que, en la tradición legal anglosajona es *intellectual property*) como las patentes o, en mucha menor medida, las marcas comerciales. Es cierto que un asunto ha ocupado la actualidad hasta mediados de mayo de 2014, y que eso ha condicionado la actualidad mundial: las disputas entre dos gigantes tecnológicos, Samsung y Apple, por una cuestión de patentes, hasta que han sellado la paz. El litigio ocupa una buena parte de la actualidad en los medios mencionados, y menos en los del sur de Europa, mucho más concentrados en la actualidad sobre derecho de autor (y, en concreto, la piratería contra libros, reflejo seguramente de lo que podría acontecer al poderoso *lobby* de los editores de prensa) y en cómo hacer pagar a otro gran gigante americano, Google, por la reproducción de contenidos ajenos —los de los editores,

autores de la obra colectiva (White, 2005); los autores individuales, los periodistas, nunca se mencionan—, y en todos los casos la reforma legal recibe una atención destacada. Es evidente que un análisis de contenido de los mensajes de los medios cuando en sus respectivos países se plantea una reforma de la legislación sería importante aunque, en líneas generales y sobre todo en Europa, esta, como es ahora el caso de España, se focaliza en la compensación —en una parte de la compensación, aquella dedicada a los autores de obra colectiva, y singularmente los diarios; en ese sentido, los periódicos hablan con frecuencia de sí mismos— y, en concreto, en las diferentes variantes de la denominada «Tasa Google» (sobre la obra informativa en España, véase Jiménez Martínez, 2005).

Por otro lado, también aparece muy claramente cuál es el país y el área dominante: los Estados Unidos. Incluso un país tan grande y próspero como él, Canadá, dedica parte de sus informaciones al vecino. España, por el contrario, concentra su mirada mucho más en sí misma, como Italia. No así Francia.

Y, por último y sobre todo: nuestra investigación dedicará una especial atención a los contenidos producidos por los usuarios (UGC, *user-generated contents* según sus siglas en inglés, Litman, 2011), pero, por mucha atención que se les dispense en los avisos legales de los medios, no hay ni una sola referencia a ellos en las noticias sobre propiedad intelectual de los medios. Estos son, por tanto, valedores de sus propios intereses empresariales, fundamentalmente, mucho más que de los lectores individualmente y como actores activos de la actividad ligada a los derechos de los autores.

---

## Bibliografía

- BELL, John. «Legal research and the distinctiveness of comparative law». En: HOECKE, Mark van (ed.). *Methodologies of legal research*. Oxford: Hart, 2011, p. 155-176.
- BENHAMOU, Françoise; FRACHY, Joëlle. *Droit d'auteur et copyright*. París: Éditions La Découverte, 2007.
- CORNISH, William. *Intellectual property: patents, copyright, trade marks and allied rights*. Londres: Sweet & Maxwell, 1996.
- CRUZ, Peter de. *Comparative law in a changing world*. Londres: Routledge, 2007.
- DÍAZ NOCI, Javier. «Authors' rights and the audiences: does intellectual property protection apply to user-generated contents? A comparative legal research on online news». [Comunicación presentada al simposio online Journalism and its Publics, Bruselas, 4-6 de diciembre de 2013]
- «Copyright and news reporting. Do audiences have authors' rights? A comparative legal study». En: MESO AYERDI, Koldo (ed.). *Active audiences and journalism: Online journalism and Web 2.0*. Bilbao: Universidad del País Vasco, 2014a. [En prensa]

- DÍAZ NOCI, Javier. «Common law and civil law. Derecho de autor y obra informativa». *Telos: Revista de Pensamiento sobre Comunicación, Tecnología y Sociedad*, 97 (2014b), p. 103-112.
- DOUTRELEPONT, Carine. *Le droit moral de l'auteur et le droit communautaire: analyse en droit comparé et en droit européen*. Bruselas, París: Bruylant, 1997.
- GINSBURG, Jane; GAUBIAC, Yves. «Private copying in the digital environment. Intellectual property and information law». En: KABEL, Jan; MOM, Gerard (eds.). *Essays in honour of Herman Cohen Jehoram*. Londres; Boston: Kluwer Law International, 1998, p. 149-156.
- HOLTE, Ryan T. «Restricting fair use to save the news: a proposed change in copyright law to bring more profit to news reporting». *University of Florida Journal of Technology Law and Policy*, 13, 1 (2008).
- JIMÉNEZ MARTÍNEZ, María Victoria. *El autor y las publicaciones periódicas*. Madrid: Universidad de Alcalá de Henares, 2005.
- LITMAN, Jessica. «Readers' copyright». *Journal Copyright Society of the U.S.A.*, 58 (2011), p. 325-353.
- MILLER, Russell A.; ZUMBANSEN, Peer C. *Comparative law as transnational law: A decade of the 'German Law Journal'*. Oxford: Oxford University Press, 2012.
- ÖRÜCÜ, Esin. «Comparative Law». En: SMITS, Jan M. (ed.). *Elgar encyclopedia of comparative law*. Cheltenham: Edward Elgar, 2010, p. 442-454.
- ROWLAND, Diane. «Whose news? Copyright and the dissemination of news on the Internet». *International Review of Law, Computers & Technology*, 17, 2 (2003), p. 163-174.
- STROWEL, Alain. *Droit d'auteur et copyright: divergences et convergences: étude de droit comparé*. Bruselas, París: Bruylant, 1993.
- TRINIDAD, Antonio; CARRERO, Virginia; SORIANO, Rosa María. *Teoría fundamentada 'Grounded Theory': La construcción de la teoría a través del análisis interpretacional*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), 2006.
- TUSHNET, Rebecca. «Copy this essay: how fair use doctrine harms free speech and how copying serves it». *Yale Law Journal*, 114 (2004), p. 535-590.
- WESTKAMP, Guido. «Author's rights and Internet regulation: the end of the public domain or constitutional re-conceptualization». En: PEREZ PUGATCH, Meir. *The intellectual property debate: Perspectives from law, economics and political economy*. Northampton, Massachusetts: Edward Elgar, 2006, p. 268-289.
- WHITE, Aidan (ed.). *Media Power in Europe: the big picture of ownership*. Bruselas: Federación Internacional de Periodistas, 2005.
- WILKINSON, Margaret Ann; GEROLAMI, Natasha. «The author as agent of information policy: the relationship between economic and moral rights in copyright». *Government Information Quarterly*, 26, 2 (2009), p. 321-332.
- ZWEIGERT, Konrad; KÖTZ, Hein. *An introduction to comparative law*. Oxford: Clarendon Press, 1987.



## **Datos del autor**

---

Javier Díaz Noci es catedrático de comunicación en la Universitat Pompeu Fabra. Licenciado en periodismo y diploma de estudios avanzados en derecho. Autor de numerosos libros y artículos sobre periodismo, en concreto periodismo en Internet, y derechos de autor sobre la obra informativa.