

# (In)justicia digital

Josep-Lluís Micó

**Josep-Lluís Micó** es periodista y doctor en Periodismo por la Universidad Politécnica de Valencia. Actualmente imparte clases en la Facultad de Ciències de la Comunicació Blanquerna-URL y en la Facultat d'Empresa i Comunicació de la Universitat de Vic. Ha sido jefe de Sociedad del *Diari de Girona*, periódico en el que sigue colaborando, y ha trabajado en media docena de medios de comunicación del Estado.

*When courts administer justice, they are making decisions of a political nature. The sentences pronounced by judges and magistrates help to configure the framework of harmonious coexistence in the society of each country. Their juridical action resolves the primary conflicts unleashed in new areas or disciplines, however far these may be from the field of the Law. This happens, for example, with journalism on the Internet. However, in this case, the journalists will also have to intervene in these controversies in order to arrive at ethical and appropriate solutions based strictly on professional criteria. It is at this point that the need for both clear and flexible self-regulation is born. Otherwise, injustices will be committed that are endorsed by current legislation. Two recent cases have led us to this conclusion. Although the sentence was partially overturned, an American judge determined that the authors of supposedly informative weblogs did not enjoy the same rights as professional journalists and attempted to oblige three bloggers (the authors of Thinksecret, PowerPage and Apple Insider) to reveal their sources. Furthermore, in another sentence which was also not definitive, a Spanish magistrate decreed that the photographers for the newspaper 'La Vanguardia' should be paid extra for the use of their work in the on-line edition of the paper.*

## PRESENTACIÓN

**L**a administración de justicia condiciona las conductas sociales y contribuye a conformar la cultura de una región. El marco del que emanan determinadas relaciones y ciertos valores depende en gran medida de las resoluciones dictadas por los jueces y los magistrados. La justicia se convierte entonces en un acto político. Configura el ámbito público y, por lo tanto, también afecta a los medios de comunicación.<sup>1</sup> El orden jurídico no es más que la síntesis de un choque de intereses cuyos orígenes son ideológicos y morales. De ahí que su destino debería ser siempre el cambio constante. Nunca la fosilización, y aún menos en la moderna sociedad digital.

La distinción entre justicia e injusticia es plenamente subjetiva, dado que la definición precisa de lo que es justo y lo que es injusto está en función de nuestra posición ideológica. Por el contrario, la diferencia entre legal e ilegal es objetiva. Está recogida con profusión de ejemplos en la legislación de cada país. A veces, las decisiones legales resultan injustas, y algunos actos acordes con nuestro sentido de la justicia se nos pueden presentar como ilegales. Las situaciones inéditas, como Internet y el periodismo en la red, ponen a prueba la conciencia y la ideología de los jueces. Entonces resuelven desde su terreno los debates que se libra en parcelas remotas de la sociedad. Para ahorrarse algunas de estas intervenciones, los profesionales de la información tendrían que esforzarse en delimitar adecuadamente su campo de acción en el periodismo electrónico. Así, las confusiones entre los límites de los diarios en línea, los cuadernos personales interactivos (*weblogs*) y los confidenciales, nuestro objeto de estudio, empezarían a aclararse.

---

114

## RETROSPECCIÓN Y PROSPECCIÓN EN EL PERIODISMO DIGITAL

Las teorías éticas se dividen en deontológicas (basadas en elecciones orientadas por el deber) y utilitaristas (condicionadas por las consecuencias de los actos).<sup>2</sup> Internet ha suscitado debates deontológicos, sociales y legales en los ámbitos más variados.

---

<sup>1</sup> SORTINO, C. A. (2005). "El abordaje periodístico del campo jurídico". *Sala de prensa* [en línea] <<http://www.saladeprensa.org/art596.htm>> [consulta: 5.4.2005].

<sup>2</sup> HAMELINK, C. *The Ethics of Cyberspace*. London: Sage, 2000, p. 3.

Incluso en el mundo de la empresa, donde la “ética de los negocios” forma parte de la filosofía moderna, puesto que vender con “honestidad” genera credibilidad en el cliente y amplía las redes del mercado.<sup>3</sup> Para muchos autores, una “información sin filtro de calidad” es transmisora de mentiras, banalidades y perversión.<sup>4</sup> Por ese motivo, la Federación Europea de Periodistas impulsó a finales de la década pasada una iniciativa para averiguar de qué modo regulaban este aspecto los colegios, asociaciones, uniones y comunidades de profesionales de la información. Sólo los colectivos del este y el norte del continente ( Hungría, Croacia, Chipre, Grecia, República Checa, Finlandia, Dinamarca, Letonia, Reino Unido e Irlanda) atendieron a las preguntas de los responsables del plan, denominado “Jet Pilot”, financiado por el programa Leonardo de la Comisión de las Comunidades Europeas.<sup>5</sup>

Así pudo saberse que todas estas agrupaciones disponían de un código de conducta profesional para periodistas, a excepción de la Comunidad de Periodistas de Hungría. Sin embargo, únicamente los colectivos británico e irlandés abordaban los problemas derivados de los nuevos medios de una manera más o menos explícita. Cuatro de las organizaciones consultadas avanzaron que ya habían previsto incorporar este elemento a sus respectivas normativas. Y cinco asociaciones añadieron que estaban a punto de editar “guías de consulta” con ese contenido.<sup>6</sup> En lo referente a los derechos de autor de los informadores digitales, las respuestas de la comunidad profesional demostraron que existen muy pocos acuerdos entre los periodistas y los propietarios de los medios.

De acuerdo con Josep Maria Casasús, ante una eventual discusión sobre la dimensión ética del periodismo electrónico, “no puede haber prospectiva sin retrospectiva”.<sup>7</sup> De lo contrario caería-

---

<sup>3</sup> VÁZQUEZ, F. “Internet y autorregulación ético-profesional”. En: *Cuadernos de Información y Comunicación (CIC) Digital* [en línea] <<http://www.ucm.es/info/per3/cic/cic1.htm>> [consulta: 08.12.2005].

<sup>4</sup> ALBARRÁN DE ALBA, F. (2002). “La figura del ombudsman del lector en los diarios digitales”. *IV Congreso Iberoamericano de Periodismo en internet* [en línea] <<http://www.pucp.edu.pe/fac/comunic/kponencias/ALBARRAN.htm>> [consulta: 08.12. 2005].

<sup>5</sup> WALKER, S. [en línea] <<http://www.imresearch.org/Staff/swalker/research>> [consulta: 08.12.2005].

<sup>6</sup> VÁZQUEZ, F. “Internet y autorregulación ético-profesional”.

<sup>7</sup> CASASÚS, J. M. (2000). “Perspectiva ética del periodismo electrónico”. *I Congreso sobre Análisis del Mensaje Periodístico* [en línea] <[http://www.ucm.es/info/period/Period\\_1/EMP/Numer\\_07/7-3-Pone/7-3-03.htm](http://www.ucm.es/info/period/Period_1/EMP/Numer_07/7-3-Pone/7-3-03.htm)> [consulta: 05.07.2003].

mos en los errores de la especulación futurista. Desde su punto de vista, la primera tarea que habría que efectuar sería identificar a los periodistas respecto a los otros informantes en la red. Igualmente sería necesario lograr un compromiso ético, en un sentido amplio, de raíces aristotélicas: ética de los emisores y ética del mensaje. Precisamente este compromiso distinguiría el periodismo digital del resto de las comunicaciones en línea.

El periodismo de la era digital afronta unos retos que se presentan con una naturaleza y una estructura semejantes a los que se plantearon en el siglo XVII, cuando comenzó a desarrollarse la prensa periódica, o cuando irrumpió la radio, en los años veinte del siglo XX. La opinión predominante dicta que los principios que tradicionalmente han tenido que cumplir los profesionales de la información siguen integrando hoy la función ética del periodismo.<sup>8</sup> En esta categoría cabría la autorregulación, que, para Hugo Aznar, debe distinguirse de cualquier injerencia externa.<sup>9</sup> De lo que se trataría, pues, sería de una regulación voluntaria a partir de la libre iniciativa de los profesionales. Éste es el espíritu que recogen, entre otros, el Col·legi de Periodistes de Catalunya (“Codi Deontològic: Declaració de principis de la professió periodística a Catalunya”), la Federación de Asociaciones de Prensa de España (“La FAPE. Código Deontológico”), la Sociedad de Periodistas Profesionales de Estados Unidos (“SPJ Code of Ethics”) y la Sociedad Americana de Editores de Periódicos y el Instituto Poynter (“Asne/Poynter Ethics Tool”).

Sin embargo, autores como Elias Machado discrepan del punto de vista mayoritario. Según su criterio, la consolidación del periodismo en las redes digitales “supone el reconocimiento de una ruptura con las teorías éticas convencionales”.<sup>10</sup> Basándose en gran medida en las ideas de Georges Legault,<sup>11</sup> Machado critica el supuesto desfase entre la manera clásica de abordar la deontología profesional y la realidad de la nueva modalidad de periodismo.

<sup>8</sup> MICÓ, J.-L.; MASIP, P. (2006). “Ética y deontología en la información on line”. *IV Congreso Internacional Nebrija de Ciberperiodismo*.

<sup>9</sup> AZNAR, H. *Ética y periodismo. Códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación*. Barcelona: Paidós, 1999.

<sup>10</sup> MACHADO, E. (2002). “Las particularidades de la deontología en el periodismo digital”. *Grupo JOL. Faculdade de Comunicação. UFBA* [en línea] <<http://www.facom.ufba.br/jol/producao2002.htm>> [consulta: 17.02.2003].

<sup>11</sup> LEGAULT, G. *Professionalisme et délibération éthique*. Montreal: Presses de l'Université du Québec, 1999.

Alonso y Martínez, Yuste y Barceló, López García o Sánchez González<sup>12</sup> sostienen además que las cabeceras electrónicas sin referente impreso (incluyendo los confidenciales) y los *weblogs* deberían figurar entre las distintas categorías de medios de comunicación en Internet. Para Orihuela,<sup>13</sup> los confidenciales son “un género periodístico próximo a la crónica y normalmente de carácter político o económico” caracterizados “por el hecho de que el propio periodista asume el carácter de fuente”, ya que quienes le proporcionan los datos que acabará difundiendo desean permanecer en el anonimato. Sin embargo, el periódico *El Mundo del Siglo XXI*<sup>14</sup> los descalifica subrayando que su finalidad es difamar, ajustar cuentas o chantajear. Y la opinión que le merecían a Antonio Delgado<sup>15</sup> tampoco era favorable, puesto que los consideraba “periodismo casposo”.

## LA VISIÓN DEL PERIODISMO SEGÚN LOS TRIBUNALES NORTEAMERICANOS

Un juez del Estado norteamericano de California intentó zanjar parte de este debate, una de las controversias más encendidas en los últimos tiempos en las facultades de Ciencias de la Información, en los medios de comunicación de todo el mundo y, por supuesto, en la *blogoesfera*. La discusión sobre el estatus de los autores de los *weblogs* llevó al banquillo de los acusados a los responsables de tres de estos vehículos de expresión. Y acabaron sien-

<sup>12</sup> Véanse ALONSO RUIZ, J.; MARTÍNEZ RODRÍGUEZ, L. (2003). “Enjuiciar internet: oportunidades y perjuicios de las TIC en el Periodismo”. *Periodismo en internet: ¿nuevos medios o viejos paradigmas?* *Cibersociedad.net* [en línea] <[http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/fitxacom\\_publica2.php?grup=89&id=257&idioma=es](http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/fitxacom_publica2.php?grup=89&id=257&idioma=es)> [consulta: 30.05.2005]; YUSTE, B.; BARCELÓ, J.-L.: (2004). “Weblogs y diarios digitales: hacia una diferenciación de objetivos y contenidos”. V *Congreso Nacional de Periodismo Digital. Comunicaciones* [en línea] <<http://www.quinto.congresoperiodismo.com/actualidad/noticia.asp?idNoticia=19>> [consulta: 09.12. 2005]; LÓPEZ GARCÍA, G. *Modelos de comunicación en internet*. València: Tirant lo Blanch, 2005; SÁNCHEZ GONZÁLEZ, M. (2005). “‘Confidenciales’ y blogs en la red española: una aproximación a las causas de la confusión entre ambos fenómenos”. En: AA. VV. (2005). *El ecosistema digital: modelos de comunicación, nuevos medios y público en internet* [en línea] <<http://www.uv.es/demopode/libro1/MariaSanchez.pdf>> [consulta: 20.11.2005].

<sup>13</sup> ORIHUELA, J. L. (2003). “Confidenciales”. E-Cuaderno [en línea] <<http://www.ecuaderno.com/archives/000039.php>> [consulta: 10.10.2003].

<sup>14</sup> EL MUNDO DEL SIGLO XXI. “¿Quién financia la basura en internet?”. *El Mundo del Siglo XXI*, 27 de septiembre de 2004, p. 3, editorial.

<sup>15</sup> DELGADO, A. (2003). “De weblogs, modas y periodismo casposo digital”. *Caspa TV* [en línea] <[http://www.caspa.tv/archivo/2003\\_02.html](http://www.caspa.tv/archivo/2003_02.html)> [consulta: 11.01.2004].

do condenados, aunque recurrieron la sentencia. Este magistrado estadounidense, James Kleinberg, quiso forzar a los encausados a desvelar sus fuentes. Ningún juez habría tomado esa decisión si los sospechosos hubiesen sido periodistas. Por ello podemos afirmar que, para la justicia, existen diferencias categóricas notables: no es lo mismo un *blog* que un medio de comunicación tradicional. A los profesionales que ejercen en las agencias, los periódicos, las revistas, las emisoras de radio, los canales de televisión o los diarios electrónicos, todos ellos empresas periodísticas legalmente constituidas y reconocibles, les asisten unos derechos de los que no pueden disfrutar el resto de justiciables, ni siquiera los autores de los *weblogs*.

Uno de los *bloggers* juzgados por Kleinberg era el impulsor del popular Thinksecret (<http://www.thinksecret.com>), un estudiante de la Universidad de Harvard, Nicholas Ciarelli, que firmaba sus textos con el seudónimo Nick De Plume y que había mantenido su diario en línea desde los trece años. Como a sus compañeros, los autores de Apple Insider (<http://www.appleinsider.com>) y PowerPage (<http://www.powerpage.com>), el magistrado le condenó en primera instancia por haber revelado “secretos profesionales” de la multinacional informática Apple. El juez concluyó que habían avanzado sin su consentimiento nuevos productos y servicios, como el reproductor de música iPod, y les declaró culpables. Los directivos de la compañía, que incluyeron en su demanda a veinticinco trabajadores de Apple, llevaron el caso a los tribunales cuando los *blogs* anunciaron las mejoras que la marca de la manzana preparaba para su programa de composición de música: Garageband. La información que difundieron era tan precisa, contaba con tantos datos, que los administradores de la empresa les demandaron.

Fue entonces cuando el asunto, que tuvo una enorme trascendencia en Estados Unidos, llegó a la Corte Superior del condado de Santa Clara. En principio, los *bloggers* fueron condenados pese a que intentaron ampararse en la “libertad de información”, reconocida en la Primera Enmienda de la Constitución. Decenas de activistas digitales, incluso fervorosos usuarios de MacIntosh, el fabricante de Apple, les expresaron su apoyo. El periodista (y a la vez *blogger*) Dan Gillmor, autor de *We the media*,<sup>16</sup> y la Electronic Frontiers Foundation<sup>17</sup> se

---

<sup>16</sup> GILLMOR, D. *We the media* [en línea] <<http://www.authorama.com/we-the-media-1.html>> [consulta: 27.05.2005].

<sup>17</sup> ELECTRONIC FRONTIERS FOUNDATION [en línea] <<http://www.eff.org/press/2005/01.php>> [consulta: 01.02.2005].

esforzaron por eximirles de culpa. Pero el juez seguía pensando que tenían que divulgar sus fuentes. “El derecho a tener información propietaria es esencial para el futuro de la tecnología y de la innovación”, argumentó James Kleinberg en esta sentencia.<sup>18</sup>

## EL ESTATUS DE LOS “BLOGGERS” EN ESTADOS UNIDOS

Con independencia de la percepción de justicia o injusticia que se tenga, el magistrado californiano no quiso permitir que tres sujetos aparentemente ajenos a los medios de comunicación convencionales hiciesen valer el derecho a mantener una fuente en el anonimato. Como los individuos en cuestión no eran profesionales de la información y como la cláusula del secreto profesional sólo se refiere a este colectivo organizado, desde una óptica puramente jurídica, los *bloggers* no podían guardar silencio ante las preguntas del juez.<sup>19</sup> En su opinión, tenían que contestar. Pero es indiscutible que esta resolución, que tras una apelación fue corregida a favor de los *bloggers*, poseía múltiples dimensiones. Establecía los límites entre los medios profesionales y el resto de las modalidades de comunicación. Además, trataba de salvaguardar la estabilidad económica de las empresas periodísticas, puesto que indirectamente conjuraba la amenaza eventual de los *weblogs*. Entraba en la esfera política a través de las compuertas de la ética, la cultura y la sociedad. Sin embargo, esta sentencia, como cualquier resolución similar nacida en los tribunales, marginaba el principal criterio aplicable ante un fenómeno como el de los diarios personales presuntamente informativos. A saber: el periodístico.

La actitud de un particular ante los preceptos que rijan en su entorno variará según el caso. Las dudas le asaltarán cuando la norma se le presente como un límite material. Su posición en el complejo institucional condicionará sus respuestas. Como Max Weber,<sup>20</sup> podemos deducir que los agentes sociales obedecen a una regla cuando el interés en respetarla la coloca por encima del interés

---

<sup>18</sup> OUTSIDE THE BELTWAY [en línea] <<http://www.otusidethebeltway.com/archives/9488>> [consulta: 03.02.2005].

<sup>19</sup> Formulamos esta afirmación basándonos en CARRILLO, M. *La clàusula de consciència i el secret professional dels periodistes*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació. Generalitat de Catalunya, 1992, p. 138.

<sup>20</sup> WEBER, M. *El problema de la irracionalidad en las ciencias sociales*. Madrid: Tecnos, 1985; *Escritos políticos*. Madrid: Alianza, 1991; *Sociología del derecho*. Granada: Comares, 2001.

en desobedecerla. Pero este supuesto se complica cuando un ciudadano cree que actúa dentro de los márgenes de lo legal, aunque realmente no sea así. Quizá esa persona desarrolle una actividad pensando que es justa y que puede encontrar cobijo en la normativa del sector, cuando lo que verdaderamente sucede es todo lo contrario. Entonces, si su conducta no se ajusta al Derecho, será sancionada. Es así como tendría que funcionar la maquinaria de la justicia y la experiencia que vivieron el *blogger* californiano Nick De Plume y sus dos colegas lo demostró a la perfección. Aun siendo conscientes de que los datos que difundían eran confidenciales, los encausados adujeron que podían hacerlo gracias a la “libertad de información”. En el preciso instante en que añadieron que no tenían por qué indicar quién les había filtrado esos detalles se equipararon a los periodistas. Sin embargo, no intervenían como tales. Desde su posición, la primera condena (legal) fue una injusticia. Esa sensación surgía por comparación: un periodista hubiese tenido bastante alegando su secreto profesional, pero ellos no. Por eso, el juez James Kleinberg estaba impartiendo justicia y simultáneamente haciendo política. Concedía la razón a una de las dos partes litigantes y, de paso, intentaba perpetuar las reglas de los juegos periodístico y empresarial. Posteriormente, la situación cambió.

---

120

## ENTRE LA AMENAZA DEL INTRUSISMO Y EL VICIO DEL CORPORATIVISMO

La legislación sobre la profesión periodística no es única ni exclusiva. En campos como la Medicina, la Arquitectura, la Ingeniería, el Derecho, la Farmacia, etc., sucede lo mismo, y las conductas análogas a las de los *bloggers* estadounidenses reciben una denominación hartamente explícita: intrusismo. En cambio, esta diferencia no existe en áreas como la creación artística, los espectáculos, el negocio del entretenimiento, la publicidad o la mercadotecnia. Para un número creciente de autores, hay que ubicar el Periodismo entre ambos extremos. Verbigracia, cuando se refiere a las noticias, Mar de Fontcoberta<sup>21</sup> admite que se tiende a buscar “el máximo impacto”. Otro referente clásico, Lorenzo Gomis,<sup>22</sup> insistía en este aspecto cuando confrontaba las

---

<sup>21</sup> DE FONTCUBERTA, M. *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Paidós, 1996, p. 15.

<sup>22</sup> GOMIS, L. *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós, 1991, p. 17-25.



necesidades de los medios y las de la audiencia. Pero la función pública del periodismo y su utilidad social todavía aconsejan una autorregulación firme y rigurosa, y una regulación externa clara y precisa.<sup>23</sup>

Una normativa restrictiva favorece que los profesionales de la información se consoliden como un grupo hermético con un gran poder. El corporativismo aparece entonces como una desviación perversa que, a menudo, salta del peligro latente a la dolorosa realidad. Además, encontramos una segunda consecuencia que concentra toda la carga conceptual periodística. La regulación interna —ética, deontológica— y el complemento externo —jurídico, legal— no deben entorpecer las labores de los profesionales, sino garantizar su independencia e integridad. Carlos Ruiz dice de los códigos deontológicos, los códigos empresariales, los libros de estilo, los estatutos de redacción, los defensores del lector y los consejos de prensa: “Ayudan, y deben incrementarse porque mantienen encendida la llama de consciencia crítica. Pero el problema es estructural y no se resolverá mientras la economía no se subordine a la política y ésta a la ética”.<sup>24</sup>

En el aspecto que nos ocupa, el debate moral no es excesivamente complicado. ¿Acaso debe desempeñar una tarea que comporte tanta responsabilidad como el periodismo alguien que no esté específicamente preparado para ello? Si la respuesta es negativa, la discusión concluye inmediatamente. Pero en caso de que se opine que *bloggers* como los autores de Thinksecret, Apple Insider y PowerPage están capacitados para llevar a cabo esta función, ¿por qué ninguno de ellos cumplió con los deberes elementales de la profesión, empezando por ponerse en contacto con todas las partes interesadas en el asunto (lo decimos pensando en Apple, por supuesto)? Pues seguramente porque no son periodistas profesionales, como sentenció el primer juez que vio su causa.

Tal vez la precisión jurídica de la condena inicial contra los tres *bloggers* fuese casi matemática. Sin embargo, una visión radicalmente conservadora del periodismo en particular y de la sociedad en su conjunto impide cualquier avance o innovación. Además, no debemos olvidar que la información que publicaron era cierta. Ni los magistrados ni los tribunales son infalibles. Yerran a menudo y las instancias superiores les corrigen a diario, como ocurrió en esta ocasión. No obs-

---

<sup>23</sup> CEBRIÁN HERREROS, M. *La información en televisión. Obsesión mercantil y política*. Barcelona: Gedisa, 2004, p. 204.

<sup>24</sup> RUIZ, C. *Ética de la audiencia. Reflexión ética sobre el principio jurídico de libertad de información*. Bilbao: Grafite Ediciones, 2003, p. 157.

tante, las leyes deben ser cumplidas. Quizá los redactores de algún *weblog* no quieran acatar las normas que articula el legislador y puede que se nieguen a aceptar las decisiones de los representantes del poder judicial. Pero, al menos, tendrían que asumir los principios deontológicos básicos de una profesión que, según afirman, también es la suya.

Internet ha permitido la difusión de mensajes informativos y presumiblemente periodísticos sin la intervención de los medios de comunicación tradicionales. Como ya sabemos, esta paradoja se plasma del siguiente modo: los agentes emisores envían a través de la red datos en cualquier formato a una audiencia repartida por todo el mundo sin que los medios establecidos participen en su selección, contraste y confección. La transmisión, a escala planetaria, se agiliza y se diversifica como en ninguna otra etapa de la historia. La nueva variante comunicativa aparentemente cuestiona el papel de intermediarias de las empresas informativas. Pero, aunque cabe la posibilidad de llegar a esta conclusión de manera precipitada, un análisis más profundo destapa los riesgos de la difusión directa.

Cuando el material que se distribuye en línea llega al público sin ningún filtro profesional se propicia la extensión de rumores, de informaciones manipuladas de modo tendencioso o, lo que es más alarmante, de mentiras. Además, estos datos difícilmente son estructurados, jerarquizados y presentados con rigor. Sin avales y sin garantías, sin normas ni preceptos, no hay periodismo.<sup>25</sup>

No obstante, la (auto)regulación a la que nos estamos refiriendo no debe ceñirse a la protección de “La Profesión” (escrita así, con mayúsculas, como los grandes conceptos) y a su ejercicio en abstracto. Las únicas beneficiarias serían entonces las empresas. Si la ley acota el recurso del secreto profesional a los periodistas, lo hace también para ocuparse del derecho de su público a recibir una información contrastada y veraz.<sup>26</sup> Sin embargo, los códigos deontológicos y la legislación no pueden dejar de velar por los intereses de los trabajadores, es decir, de los informadores, tal como reconocía el programa “Jet Pilot”.<sup>27</sup> Pues bien, otra sentencia relativamente reciente, en esta oca-

---

<sup>25</sup> NÚÑEZ LADEVÉZE, L. *Introducción al periodismo escrito*. Barcelona: Ariel Comunicación, 1995, p. 13-14.

<sup>26</sup> DE CARRERAS, L. *Règim jurídic de la informació. Periodistes i mitjans de comunicació*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació. Generalitat de Catalunya, 1996, p. 201.

<sup>27</sup> WALKER, S. [en línea] <<http://www.imresearch.org/Staff/swalker/research>> [consulta: 08.12.2005].

sión dictada en Barcelona, intentó resolver otro conflicto propio del periodismo electrónico.

## EL CRITERIO SOBRE LA CIRCULACIÓN DE MATERIAL EN LA RED EN ESPAÑA

Cuando la obra de un informador que trabaja para una cabecera determinada aparece en otros soportes, es lógico que este empleado quiera cobrar también por esas otras reproducciones. Como los dueños de los medios no suelen aceptar las retribuciones extraordinarias, las discrepancias se acaban dirimiendo en los tribunales. El Juzgado de Primera Instancia número 56 de Barcelona, dirigido por Matilde Vicente Díaz, resolvió el año pasado que las fotografías que aparecían en la edición digital del periódico *La Vanguardia* vulneraban los derechos de explotación de sus autores porque la empresa editora no les pedía autorización ni les remuneraba por su publicación. La firma arguyó durante el pleito que la producción de los reporteros gráficos le pertenecía porque los demandantes ya percibían un sueldo por ello. Sin embargo, su contrato detallaba que su objetivo consistía en elaborar un periódico impreso y la versión en línea era un medio distinto, gestionado por otra compañía. A pesar de que la resolución no era firme (de hecho, acabó siendo modificada por la sección decimoquinta de la Audiencia provincial de Barcelona), habría que recordar que el artículo 33 de la Ley de Propiedad Intelectual<sup>28</sup> especifica:

---

123

Los trabajos sobre temas de actualidad difundidos por medios de comunicación social podrán ser reproducidos, distribuidos y comunicados públicamente por otros medios del mismo tipo citando la fuente y el nombre del autor. Todo ello sin perjuicio del derecho del autor a recibir la remuneración acordada. En defecto de acuerdo, la que se estime equitativa.

La irrupción de Internet y la convergencia entre medios han planteado algunos problemas específicos.<sup>29</sup> En fisiología, la sinergia es el concurso activo y concertado de diferentes órganos para llevar

---

<sup>28</sup> La relación entre la citada ley y los periodistas ha sido estudiada por C. Carmona Salgado (*La nueva Ley de Propiedad Intelectual: Especial consideración al delito introducido en el Código Penal en la reforma de 1987*. Madrid: Montecorvo, 1998) y por R. M. García Sanz (*El derecho de autor de los informadores*. Madrid: Constitución y Leyes, 1992).

<sup>29</sup> BARBARISI, M. "La tutela della proprietà intellettuale". En: TOSSI, E. (coord.). *I problemi giuridici di Internet*. Milano: Giuffrè, 1999, p. 135-173.

a cabo una función. El significado de este término en el mundo de la economía de mercado nos remite a la acción de dos o más empresas cuyo efecto conjunto es superior al que conseguirían por separado. Si los periodistas de varios medios de un solo grupo se dividen las labores de la jornada con la finalidad de que los resultados confluyan después en diferentes plataformas, la sinergia estará dando sus frutos. No obstante, la sentencia original a favor de las reivindicaciones de los fotógrafos de *La Vanguardia* nos obligaría, al menos teóricamente, a relativizar el alcance de las sinergias. El concepto es positivo y el futuro lo confirmará, pero no pueden extenderse a costa de marginar a una de las piezas más débiles en todo el proceso: el periodista. Recordemos, de nuevo, la “ética de los negocios”,<sup>30</sup> una de las ideas apuntadas en la primera parte de este artículo.

### NUEVOS ENLACES ENTRE LAS REDACCIONES Y LAS SALAS DE JUSTICIA

La primera condena de los *bloggers* estadounidenses provocó una gran conmoción entre los medios de la red. Según publicó CNET News,<sup>31</sup> el fundador de la organización Californians Aware, Terry Francke, manifestó que la sentencia del juez de Santa Clara podría disuadir a las grandes corporaciones de hablar con los periodistas. El abogado especializado en comunicación y director ejecutivo de la agrupación California First Amendment Coalition, Peter Scheer, sintetizó idéntica desazón, también en CNET News, desde el punto de vista opuesto. Así, afirmó que la decisión judicial podría dañar al periodismo, ya que los profesionales que ejercen esta profesión suelen confiar en fuentes confidenciales. Sin embargo, la misma resolución de James Kleinberg desmentía a ambos. Cualquier fuente podrá seguir proporcionando datos a un periodista con toda tranquilidad, puesto que, en el hipotético caso de que un juez requiera al profesional para que revele el origen de su información, éste podrá acogerse al secreto profesional. De acuerdo con las leyes y con numerosos códigos de conducta, él

<sup>30</sup> VÁZQUEZ, F. “Internet y autorregulación ético-profesional”. En: *Cuadernos de Información y Comunicación (CIC) Digital* [en línea] <<http://www.ucm.es/info/per3/cic/cic1.htm>> [consulta: 08.12.2005].

<sup>31</sup> BORLAND, J. (2005). “Cheers, jeers for ruling on Apple bloggers”. *CNET News* [en línea] <[http://news.com.com/Cheers%2C+jeers+for+ruling+on+Apple+bloggers/2100-1030\\_3-5611908.html?tag=st.prev](http://news.com.com/Cheers%2C+jeers+for+ruling+on+Apple+bloggers/2100-1030_3-5611908.html?tag=st.prev)> [consulta: 10.04.2005].

podrá hacerlo porque es periodista; para un *blogger*, esa salida sería más complicada.<sup>32</sup>

Rebatida la opinión de Francke, pasemos a Scheer. El único motivo para que un profesional deje de confiar en una fuente secreta será que los datos que le canalice sean falsos. No obstante, si tanto la fuente como el periodista cumplen con su tarea tal como deben, con discreción y sigilo, no habrá nada que temer. Si un juez interrumpe este trasvase de información interrogando a la única parte conocida (el periodista), este profesional recurrirá nuevamente a su derecho (jurídico y deontológico) a mantener en el anonimato a sus fuentes, y el proceso quedará abortado. Esta secuencia lógica es válida para Internet y para cualquier otro soporte.<sup>33</sup>

Nos parece mucho más preocupante que las empresas aprovechen los productos que generan sus empleados para aumentar sus ganancias sin que ello repercuta en beneficio de los periodistas. Con el ejemplo de los fotógrafos de *La Vanguardia* afloraron algunos de estos peligros. Las ideas subyacentes para las dos partes enfrentadas serían las siguientes. Las compañías alegan que la labor que llevan a cabo los periodistas y los reporteros gráficos es única. Cubren un solo hecho de interés y elaboran un relato informativo que, posteriormente, puede ser adaptado, enriquecido o, quién sabe, mejorado para otras plataformas o canales comunicativos.

Los trabajadores que reivindican su derecho a percibir tantas prestaciones como explotaciones de su producto surjan nos introducen en el segundo tramo de la controversia. Cuando las empresas reaprovechan para sus ediciones electrónicas el material elaborado originalmente para el periódico impreso, la emisora de radio o el canal de televisión, obtienen una especie de *plusvalía informativa* que debería tener en cuenta el motor de todo el proceso: otra vez, el periodista. De hecho, hay compañías como Ediciones Primera Plana, por ejemplo, que ya pagan un “plus compensatorio” a los redactores de

---

<sup>32</sup> Sobre la “desigualdad de poderes” entre periodistas y legos en un sentido amplio, véase: NEWHAGEN, John; LEVY, Mark R. “The future of journalism in a distributed communication architecture”. En: BORDEN, Diane; HARVEY, Kerric (eds.). *The Electronic Grapevine. Rumor, reputation and reporting in the new on-line environment*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1988, p. 9.

<sup>33</sup> EDWARDS, L. “Defamation and the Internet: name-calling in cyberspace”. En: EDWARDS, L.; WAELDE, C. *Law the Internet, regulating cyberspace*. Oxford: Hart Publishing, 1997, p. 183-198; BALLARINO, T. *Internet nel mondo della legge*. Padova: CEDAM, 1998.

*El Periódico de Cataluña* por todos los textos que reciclan el resto de las cabeceras del Grupo Zeta.

## CONCLUSIONES PARA CADA ESCENARIO

Las sinergias son propias de los grandes grupos. Los *weblogs* y los confidentiales, en cambio, han contribuido a atomizar el panorama comunicativo del presente. Resulta aventurado sostener que, además de fragmentarlo, lo saturan. El coste para crear y mantener un diario personal en Internet es nulo. Además, programas informáticos como Blogger facilitan enormemente la tarea de salir a la red. La función de algunos *blogs* es similar a la que antes cumplieron la prensa de barrio, las radios piratas o las televisiones comunitarias. Trasladan las novedades de un terreno determinado a un público reducido, pero muy interesado en esas cuestiones. Aunque, eso sí, ahora pueden hacerlo por todo el mundo. De cualquier modo, proliferan los *weblogs* sobre temas intrascendentes, cuando no absurdos, y los confidentiales envenenados, empeñados en expandir rumores sin confirmar. El fenómeno se ha tornado tan grave en España, que hasta prestigiosos medios como el *International Herald Tribune*, primero, y el *New York Times*, después, se han hecho eco de él.<sup>34</sup>

---

126

A veces son los propios periodistas o algunos intelectuales comprometidos los que diseñan su cibercuaderno para publicar ideas u opiniones que no encontrarían acomodo en un medio de comunicación *formal*, como en los casos de Noam Chomsky (<http://blog.zmag.org/bloggers/?blogger=chomsky>) o Arcadi Espada (<http://www.arcadi.espasa.com>). Gerard Maristany y Albert Mussons<sup>35</sup> ya escribieron a propósito de las revistas vecinales: “En muchos casos, fueron auténticos espacios de libertad para profesionales del periodismo que pudieron tratar cuestiones que no se podían publicar en los medios convencionales”.

De modo que no existe unanimidad ni entre los informadores ni entre los profesores universitarios a la hora de conceptualizar las novedades en la red. La justicia puede dar respuesta a algunos

---

<sup>34</sup> CARVAJAL, D. (2005). “Gadflies blog their way into the spotlight”. *IHT online* [en línea] <<http://www.ihf.com/articles/2005/02/20/business/per21.html>> [consulta: 24.10.2005].

<sup>35</sup> MARISTANY, G.; MUSONS, A. *Del desencant a la contrainformació. La premsa de barris a Barcelona, 1976-2001*. Barcelona: Col·legi de Periodistes, 2002, p. 81.

asuntos y, de ese modo, sistematizar desde fuera este nuevo ámbito de la comunicación. En unas ocasiones lo hará de forma restrictiva (como ocurrió al principio con los *bloggers* norteamericanos) y en otras terciará a favor de los trabajadores, o sea, contra las empresas (como en la sentencia inicial del juzgado de Barcelona, posteriormente revocada). Los litigantes que pierdan siempre pensarán que se ha cometido una injusticia con ellos. Aunque el veredicto del juez sea legal. Y viceversa: a pesar de que las veamos injustas, los magistrados podrán avalar acciones que queden dentro de la ley. En definitiva, será mejor establecer un criterio deontológico único (aunque flexible) desde la misma profesión. Si no, la imposición (por la fuerza del Derecho) será externa.

## BIBLIOGRAFÍA

- ALBARRÁN DE ALBA, F. (2002). "La figura del ombudsman del lector en los diarios digitales". *IV Congreso Iberoamericano de Periodismo en internet* [en línea] <<http://www.pucp.edu.pe/fac/comunic/kponencias/ALBARRAN.htm>> [consulta: 08.12.2005].
- ALONSO RUIZ, J.; MARTÍNEZ RODRÍGUEZ, L. (2004). "Enjuiciar Internet: oportunidades y perjuicios de las TIC en el Periodismo". *Periodismo en internet: ¿nuevos medios o viejos paradigmas?* Cibersociedad.net [en línea] <[http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/fitxacom\\_publica2.php?grup=89&id=257&idioma=es](http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/fitxacom_publica2.php?grup=89&id=257&idioma=es)> [consulta: 30.05.2005].
- AZNAR, H. *Ética y periodismo. Códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación*. Barcelona: Paidós, 1999.
- BALLARINO, T. *Internet nel mondo della legge*. Padova: CEDAM, 1998.
- BARBARISI, M. "La tutela della proprietà intellettuale". En: TOSSI, E. (coord.). *I problemi giuridici di Internet*. Milano: Giuffrè, 1999, pp. 135-173.
- BORLAND, J. "Cheers, jeers for ruling on Apple bloggers". *CNET News* [en línea] <[http://news.com.com/Cheers%2C+jeers+for+ruling+on+Apple+bloggers/2100-1030\\_3-5611908.html?tag=st.prev](http://news.com.com/Cheers%2C+jeers+for+ruling+on+Apple+bloggers/2100-1030_3-5611908.html?tag=st.prev)> [consulta: 10.04.2005].
- CARMONA SALGADO, C. *La nueva Ley de Propiedad Intelectual. Especial consideración al delito introducido en el Código Penal en la reforma de 1987*. Madrid: Montecorvo, 1998.
- CARRILLO, M. *La clàusula de consciència i el secret professional dels periodistes*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació. Generalitat de Catalunya, 1992.
- CARVAJAL, D. (2005). "Gadflies blog their way into the spotlight". *IHT online* [en línea] <<http://www.iht.com/articles/2005/02/20/business/per21.html>> [consulta: 24.10.2005].
- CASASÚS, J. M. (2000). "Perspectiva ética del periodismo electrónico". *I Congreso sobre Análisis del Mensaje Periodístico* [en línea] <[http://www.ucm.es/info/periol/Period\\_I/EMP/Numer\\_07/7-3-Info/7-3-03.htm](http://www.ucm.es/info/periol/Period_I/EMP/Numer_07/7-3-Info/7-3-03.htm)> [consulta: 05.07.2003].
- CEBRIÁN HERREROS, M. *La información en televisión. Obsesión mercantil y política*. Barcelona: Gedisa, 2004.
- DE FONTCUBERTA, M. *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Paidós, 1996.
- DELGADO, A. (2003). "De weblogs, modas y periodismo casposo digital". *Caspa TV* [en línea] <[http://www.caspa.tv/archivo/2003\\_02.html](http://www.caspa.tv/archivo/2003_02.html)> [consulta: 11.01.2004].
- EDWARDS, L. "Defamation and the Internet: name-calling in cyberspace". En: EDWARDS, L; WAELDE, C. *Law the Internet, regulating cyberspace*. Oxford: Hart Publishing, 1997, p. 183-198.
- ELECTRONIC FRONTIERS FOUNDATION [en línea] <<http://www.eff.org/press/2005/01.php>> [consulta: 01.02.2005].
- EL MUNDO DEL SIGLO XXI. "¿Quién financia la basura en internet?". *El Mundo del Siglo XXI*, 27 de septiembre de 2004, p. 3.
- FERNÁNDEZ, T. "La credibilidad y el

- modelo de negocio, asignaturas pendientes de los confidenciales, diarios 'online' y 'weblogs' en Internet". *Noticias de la Comunicación*, núm. 224, abril de 2003.
- GARCÍA SANZ, R. M. *El derecho de autor de los informadores*. Madrid: Constitución y Leyes, 1992.
- GIL, Q. (1999). "Ética y deontología periodística en la Sociedad de la Información". *Sala de prensa* [en línea] <<http://www.saladeprensa.org/art90.htm>> [consulta: 05.07.2002].
- GILLMOR, D. *We the media* [en línea]. <<http://www.authorama.com/we-the-media-1.html>> [consulta: 27.5.2005].
- GOMIS, L. *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós, 1991.
- HAMELINK, C. *The Ethics of Cyberspace*. London: Sage, 2000.
- LEGAULT, G. *Professionalisme et délibération éthique*. Montreal: Presses de l'Université du Québec, 1999.
- LÓPEZ GARCÍA, G. *Modelos de comunicación en internet*. València: Tirant lo Blanch, 2005.
- MACHADO, E. (2002). "Las particularidades de la deontología en el periodismo digital". *Grupo JOL. Faculdade de Comunicação. UFBA* [en línea] <<http://www.facom.ufba.br/jol/producao2002.htm>> [consulta: 17.02.2003].
- MARISTANY, G.; MUSONS, A. *Del desencant a la contrainformació. La premsa de barris a Barcelona, 1976-2001*. Barcelona: Col·legi de Periodistes, 2002.
- MICÓ, J.-L.; MASIP, P. (2006) "Ética y deontología en la información on line". *IV Congreso Internacional Nebrija de Cyberperiodismo*.
- NEWHAGEN, J.; LEVY, M. R. "The future of journalism in a distributed communication architecture". En: BORDEN, D.; HARVEY, K. (eds.). *The Electronic Grapvine. Rumor, reputation and reportering in the new on-line environment*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 1988, p. 9.
- NÚÑEZ LADEVÉZE, L. *Introducción al periodismo escrito*. Barcelona: Ariel Comunicación, 1995.
- ORIHUELA, J. L. (2003). "Confidenciales". *E-Cuaderno* [en línea] <<http://www.ecuaderno.com/archives/000039.php>> [consulta: 10.10.2003].
- OUTSIDE THE BELTWAY [en línea] <<http://www.outsidethebeltway.com/archives/9488>> [consulta: 03.02.2005].
- RUIZ, C. *Ética de la audiencia. Reflexión ética sobre el principio jurídico de libertad de información*. Bilbao: Grafite Ediciones, 2003.
- SÁNCHEZ GONZÁLEZ, M. "'Confidenciales' y blogs en la red española: una aproximación a las causas de la confusión entre ambos fenómenos". En: AA. VV. (2005). *El ecosistema digital: modelos de comunicación, nuevos medios y público en internet* [en línea] <<http://www.uv.es/demopode/libro1/MariaSanchez.pdf>> [consulta: 20.11.2005].
- SORTINO, C. A. (2005). "El abordaje periodístico del campo jurídico". *Sala de prensa* [en línea] <<http://www.saladeprensa.org/art596.htm>> [consulta: 5.4.2005].
- VÁZQUEZ, F. "Internet y autorregulación ético-profesional". *Cuadernos de Información y Comunicación (CIC) Digital* [en línea] <<http://www.ucm.es/info/per3/cic/cic1.htm>> [consulta: 08.12.2005].
- WALKER, S. [en línea] <<http://www.imresearch.org/Staff/swalker/research>> [consulta: 08.12.2005].
- WEBER, M. *Sociología del Derecho*. Granada: Comares, 2001.
- . *El problema de la irracionalidad en las ciencias sociales*. Madrid: Tecnos, 1985.
- YUSTE, B; BARCELÓ, J. L. (2004). "Weblogs y diarios digitales: hacia una diferenciación de objetivos y contenidos". *V Congreso Nacional de Periodismo Digital. Comunicaciones* [en línea] <<http://www.quinto.congresoperiodismo.com/actualidad/noticia.asp?idNoticia=19>> [consulta: 09.12.2005].