

Son muchos los años y los recursos aplicados por los editores a la creación y consolidación de sus marcas. En España hay cerca de 140 cabeceras de periódicos, algunas de ellas centenarias, que han constituido una auténtica referencia informativa de calidad y de opinión para millones de españoles. Cuando detrás de una información hay una cabecera solvente, el lector tiene la garantía de la credibilidad y, aún más, normalmente el compromiso en la búsqueda de la verdad. La información libre y rigurosa constituye un tesoro para la sociedad, pues permite al ciudadano ir conformando un criterio que, en última instancia, a través de las urnas, le permitirá ser protagonista de su tiempo.

Es mucho lo que los periódicos han hecho a favor de la democracia en todo el mundo y, desde luego, en España. Si bien, todo tiene su coste. La información no se improvisa, hay que elaborarla; cubrir adecuadamente la actualidad no resulta gratis para los editores. Interpretarla y analizarla, tampoco. Son muchos los recursos consumidos cada día para hacer llegar la información a los lectores, sea cual sea el soporte. Redactores, corresponsales, enviados especiales, fotógrafos, columnistas, editorialistas, redactores de mesa, correctores, diseñadores, etc., intervienen cada día en la elaboración de un contenido que tiene un indudable valor económico.

Hasta hoy la explotación de los contenidos por parte de los editores ha venido produciéndose en el ámbito de éstos y los han comercializado cómo, cuándo y dónde han querido. Hoy las nuevas tecnologías, tan útiles para tantas cosas, favorecen la explotación irregular de nuestros contenidos por parte de terceros mediante una práctica que acertadamente se ha venido en llamar “pirateo”. Google representa un fenómeno a nivel internacional, constituye un incuestionable proyecto de éxito, facilita enormemente el acceso a la información porque ha sido capaz de desarrollar instrumentos eficaces y de fácil manejo para los usuarios, pero respecto de los editores de prensa, Google está realizando distintos tipos de conducta lesiva para nuestra actividad:

i) Reproducción de extractos de noticias aparecidas en los sitios web de los editores de prensa en la sección Google Noticias, en muchas ocasiones acompañado de la publicación de una fotografía también publicada en el sitio web del editor de prensa, lo que representa una conducta lesiva de los intereses de los editores en los siguientes términos:

a) Google se está beneficiando del esfuerzo realizado por los editores en la generación de la noticia vulnerando la Ley de Competencia Desleal desde el momento en el que está generando un lucro para sí mismo a través del esfuerzo e inversión ajena realizado por los editores de prensa.

b) Google está vulnerando los derechos de los editores de prensa desde el momento en el que reproduce artículos con fotografías aparecidas en los medios de comunicación, respecto de las cuales no tiene ningún tipo de derecho. Tal reproducción en ningún caso puede ser amparada bajo el derecho de cita previsto en el artículo 32 de la Ley de Propiedad Intelectual, dado que la reproducción de la mencionada fotografía no se realiza desde luego con un espíritu de análisis o juicio crítico –requisitos necesarios del derecho de cita-, sino con la finalidad de ilustrar la página web de Google desde la cual se reproducen los contenidos de los

diarios. Además, frecuentemente, las noticias publicadas en el servicio de noticias de Google ni tan siquiera ilustran la información propia del propio medio en que fue publicada la noticia de origen, sino que se publican en el lugar que más interesa a Google, de forma dissociada de las noticias del medio del que la noticia ha sido tomada.

c) Una vez que los contenidos del editor aparecen en la página Google News, el usuario, al activar el enlace a la noticia del editor, es dirigido directamente a la noticia buscada, sin pasar por la página de inicio del editor (perdiendo con ello visibilidad los anuncios colocados por el editor en su home-page). De esta manera, Google está determinando la forma bajo la cual el editor comercializa sus contenidos y publicidad. Vulnera la facultad reconocida por la Ley de Propiedad Intelectual al titular de los derechos de explotar los contenidos en la forma que libremente estime.

d) Google se está beneficiando de su posición dominante en el mercado de agregadores de información, sin ofrecer una información clara acerca de los criterios bajo los cuales opera su algoritmo de búsqueda, de forma que no necesariamente las webs más actualizadas aparecen con mayor frecuencia en su página quiosco. Esta conducta constituye un abuso de posición de dominio y vulnera por tanto la Ley de Competencia Desleal.

Resulta impresionante que una marca internacional como Google, con apenas más de un centenar de empleados en España pueda alegremente burlar los derechos del conjunto de los periódicos españoles que agrupan a más de 11.000 profesionales directos y miles de colaboradores externos para elaborar sus informaciones. Resulta una forma de parasitismo inaceptable que pone en riesgo el futuro de los periódicos e ignora el valor económico de sus contenidos.

Entre otros, Google utiliza el contenido de los periódicos como motor de un tráfico que le proporciona pingües beneficios a modo de ingresos publicitarios. Google consigue una audiencia en España, por todos los conceptos, de unos 22 millones de usuarios según el panel de Nielsen y factura el 50 % de la inversión publicitaria total de internet, es decir, en torno a unos 300 millones de euros. Ese inmenso volumen facturado por Google en España lo convierten en uno de los principales operadores publicitarios españoles, aunque quizás debiéramos decir operador irlandés actuando en España, porque ese volumen publicitario se factura desde Irlanda en donde Google consigue unos beneficios fiscales que hacen mucho más rentable su actividad.

Sin perjuicio de que los periódicos debemos ser capaces de innovar, de buscar salidas a nuestros contenidos a través de cualquier tipo de soporte y de forma muy destacada a través de internet, estamos obligados a defender el valor de nuestros contenidos, frente a Google y frente quien quiera que aprovechando las facilidades de las nuevas tecnologías pretenda disfrutarlos sin contraprestación alguna. Tenemos fundados argumentos jurídicos para hacerlo y así lo haremos.