

20.1d)- acogiendo una concepción dual, que se aparta de la tesis unificadora, defendida por parte de la doctrina y acogida en los artículos 19.2 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de Nueva York y 10.1 del Convenio para la Protección de los Derechos humanos y las Libertades Fundamentales de Roma. Según esta configuración dual –que normativiza en el ámbito constitucional la progresiva autonomía que ha ido adquiriendo la libertad de información respecto de la libertad de expresión en la que tiene su origen y con la cual sigue manteniendo íntima conexión y conserva elementos comunes-, la libertad del artículo 20.1a) tiene por objeto la expresión de pensamientos, ideas y opiniones, concepto amplio dentro del cual deben también incluirse las creencias y los juicios de valor; y el de la libertad del artículo 20.1d) el comunicar y recibir libremente información sobre hechos o tal vez más restringidamente, sobre hechos que puedan considerarse noticiables².

Sin embargo, nos unimos a los profesores Desantes y Soria³ al disentir de esa interpretación; la misma CE en su artículo 10.2 establece que “Las normas relativas a los derechos fundamentales y a las libertades que la Constitución reconoce se interpretarán de acuerdo con la Declaración Universal de Derechos del Hombre y los tratados y acuerdos internacionales sobre las mismas materias ratificados por

² STC 107/88, de 8 de junio.

³ Desantes, J. M. y Soria, C.: *Los límites de la información*, Madrid, 1991, págs. 20-25.

España”⁴; y como es que tanto el Pacto de Nueva York como la Convención de Roma antes citados han sido suscritos por España, la interpretación el derecho fundamental a la información debe hacerse de acuerdo con esa concepción unificadora.

Además, se trata de un derecho con un solo objeto genérico, el mensaje, y un número ilimitado de objetos específicos que son cada mensaje o cada información: los mensajes que surgen del interior del informador, llamados *ideas o pensamientos* –propios del art. 20.1 a)-; aquellos otros mensajes que el informador recoge del exterior, llamados *hechos* –propios del art. 20.1 d)-; y el mensaje que resulta de aplicar una idea a un hecho y del que se deduce una *opinión*, que también quedaría abarcado en el apartado a).

En definitiva, la libertad de expresión hay que entenderla como, hace literal y expresamente la Constitución, como el modo libre de ejercicio del derecho a la información⁵.

El TC también establece la exigencia de la verdad⁶ de la información como presupuesto ineludible para que la opinión pública se

⁴ En el mismo sentido, el art. 96.2 CE: “Los tratados internacionales válidamente celebrados, una vez publicados oficialmente en España, formarán parte del ordenamiento interno”. Esta integración obliga a engranar los tratados con las normas de origen interno.

⁵ La idea de libertad de expresión va unida siempre a la concesión gratuita y a la de su no menos gratuita limitación. La idea de derecho a la información como derecho reconocido e innato que es, no admite limitaciones externas a él, sino la necesaria coordinación con otros derechos reconocido e innatos.

forme sanamente, ya que la transmisión de noticias falsas confunde o malforma dicha opinión pública⁷. Tal exigencia no es solo una obligación del periodista, sino también un derecho del ciudadano: “Por ello, resultan menoscabados los derechos reconocidos en el artículo 20.1d) de la Constitución tanto si se impide comunicar o recibir una información como si se difunde, se impone o se ampara la transmisión de noticias que no responden a la verdad”⁸.

En este sentido cabe afirmar que el derecho de rectificación constituye uno de los expedientes jurídicos -y primero, cronológicamente hablando, anterior a cualquier otra forma extra jurídica de acceso a la información- que hace efectivo el que el ciudadano, la persona individualmente considerada, sea sujeto universal del derecho de la comunicación, con la finalidad de restituir la verdad en la información. Se basa en la facultad de difusión del derecho a la información cuando, en concreto, el sujeto sufre una comunicación

⁶ Tomado de J. M. Desantes (*Derecho a la Información II*, Madrid, 1994, pág. 21), adelantaremos ahora que propio del pensamiento humano es conocer, a lo que corresponde el concepto de verdad lógica, que es el constitutivo esencial de la comunicación de hechos. Propio del pensar es también abstraer, a lo que corresponde la comunicación de ideas, que tiene como constitutivo esencial la verdad operativa. Y la perfección del conocimiento es el juzgar y el juicio comunicado está esencialmente constituido por la verdad criteriológica. Cada una de ellas, sin dejar de ser verdad, tiene sus características peculiares, como veremos en las páginas siguientes.

⁷ La palabra pública no significa un titular colectivo, sino una colectividad de intereses individuales. Titular universal del derecho a la información es, por igual, cada persona física y, por extensión, cada persona jurídica.

⁸ STC 168/1986, de 22 de diciembre.

de hechos incorrecta. Estaríamos, pues, ante la institución precursora - junto con la sección de “Cartas al Director”⁹- de la interactividad en la comunicación, siendo -como veremos en el capítulo tercero de este estudio- una garantía jurídica pluricentenaria.

En este trabajo trataremos de analizar la relación entre las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación interactivas y el derecho de rectificación, así como de afirmar el carácter de este como precursor de la universalización del acceso a la información. Así mismo, procuraremos entroncar la comunicación interactiva -y el derecho de rectificación como manifestación de ella- en la teoría del *ius societatis et communicationis* de Fray Francisco de Vitoria, precursor, ya en los albores de la Edad Media, de la interactividad informativa y de la regulación jurídica de las nuevas tecnologías de la comunicación. Con este fin acompañaremos el conocimiento de la realidad de las nuevas tecnologías con el análisis de los elementos que constituyen el proceso informativo ciberespacial para compaginarlos con el que se puede llamar ‘superprincipio’ del *ius communicationis*.

Apoyándose en estas premisas, es la intención de esta Tesis demostrar cómo la universalización del acceso a la información, que propician las nuevas tecnologías comunicativas, proporciona una nueva

⁹ Sin embargo, esta sección en los países continentales no ha pasado de ser potestativa, si bien en el Reino Unido ha adquirido un carácter de obligatoriedad

dimensión inédita a los principios jurídicos que inspiran el derecho de rectificación; más aún, cómo facilitan una mejor protección jurídica de la verdad en la información sin fronteras al potenciar esos principios, especialmente la inmediatividad y la participación. Para ello trataremos de identificar esos principios a la luz del desarrollo histórico de este derecho, así como de su configuración legislativa actual, de la doctrina y de la jurisprudencia del TS y del TC. Finalmente formularemos una propuesta de reforma de la actual Ley Orgánica 2/1984, de 26 de marzo, del Derecho de Rectificación (LODR) para adaptarla a Internet, como paradigma que es de las nuevas tecnologías de la comunicación interactiva. Previamente habremos identificado y resuelto los problemas que estas nuevas tecnologías opongan al que podríamos llamar “derecho de rectificación en la interactividad”, especialmente la dificultad para comprobar la verdad informativa que supone el principio de instantaneidad que rige en Internet.

**1. EL DERECHO EN LOS NUEVOS MEDIOS DE ACCESO A LA
INFORMACIÓN**

1.1 Nuevas tecnologías, derecho e información.

Todo lo que el hombre necesita para alcanzar sus fines forma parte natural de su personalidad que está protegida por los derechos subjetivos, entre ellos el derecho a la información o, mejor, a la comunicación. En tanto la técnica satisfaga de manera creciente estos derechos, es auténtica técnica. En tanto los contradiga, estamos ante una inversión mediática de lo técnico.

Cuando se habla de nuevas tecnologías se está haciendo referencia a realidades como la informática, las redes o autopistas de la información, la digitalización del proceso informativo, los multimedia, etc. Pero quizá el término más descriptivo y que engloba a todos los anteriores sea el de “cibespacio”, patentizado en Internet y definido como un microcosmos digital en el que no existen fronteras, distancia, ni autoridad centralizada¹⁰. Esta misma desaparición de fronteras

¹⁰ Pérez Luño, A.-E.: *Manual de Informática y Derecho*, Barcelona, 1996, pág. 101.

dificulta su regulación concreta, dificultad acrecida por la mutación constante de sus procedimientos. Como se ha dicho¹¹ “el fenómeno Internet no es más que la punta del iceberg, es el paradigma de la sociedad digital. Internet es un nuevo medio de comunicación. Primero fue la prensa, luego la radio, después la televisión. Ahora asistimos al nacimiento de un nuevo soporte para la información, que será la materia prima más valiosa del siglo XXI. Son las redes de telecomunicaciones, que forman un nuevo espacio cultural y social. También es un nuevo territorio para la comunicación y el periodismo”.

Efectivamente, Internet constituye la mayor red mundial de comunicaciones informáticas, cuya extensión presente y perspectivas futuras –se dice que cada dos minutos se incorpora un nuevo usuario a la Red- es incuestionable. Internet -*Internacional Network of Computers*- es la red de redes que conecta más de dos millones de ordenadores pertenecientes a instituciones académicas, entes públicos y empresas privadas. Se calcula que en la actualidad la emplean más de treinta millones de usuarios, cifra que aumenta en un diez por ciento cada mes. La explosión de su crecimiento se ha debido principalmente a la difusión del parque de ordenadores personales equipados con *modem* y con posibilidades de conectarse a la red telefónica. Con la aparición de herramientas de uso de la Red accesibles a todos se ha multiplicado el número de usuarios no especialistas en informática, frente al carácter privativo para los expertos que Internet tuvo en sus comienzos.

¹¹ Luis Foix: Revista *Web*, nº 1.

Las redes y las llamadas autopistas de la información como Internet nos introducen en una nueva realidad sustentada sobre nuevos conceptos de vida, trabajo e interacción social. Fenómenos como el *e-commerce* o comercio electrónico en sus distintas variantes (*e-banking*, *e-insuring*, *business to business* o B2B, *business to consumer* o B2C, *t-commerce* o compra de productos o servicios accediendo a Internet por televisión, etc.) el teletrabajo, la teleasistencia, la teleeducación y otros muchos basados en la posibilidad de comunicación rápida y a gran distancia, con contenidos de gran atractivo gráfico y audiovisual, todo ello en forma interactiva, suponen la transformación total de las normas jurídicas mediante las que se relacionan empresas y consumidores.

Las nuevas tecnologías son el factor configurador por excelencia de esta nueva revolución industrial y cultural que estamos comenzando en la que la información ha devenido en símbolo emblemático de nuestra cultura; hasta el punto de que para designar el marco de nuestra convivencia se alude reiteradamente a “la sociedad de la información”¹². Se quiere significar con esta expresión que si en las sociedades preindustriales el sector fundamental era el primario, al girar su sistema económico en torno a la agricultura y la ganadería, del

¹² Otras expresiones son “Edad de la cibernética” y “Edad de la información” (McLuhan, 1964), “Sociedad del conocimiento” (Druker, 1969), “Sociedad tecnotrónica” (Brzezinski, 1970), “Sociedad de la información” (Kohyama, 1972 y Masuda, 1982), “Sociedad postindustrial” (Bell, 1973), “Sociedad telemática” (Norac-Minc, 1978), “Revolución de las comunicaciones” (Ploman, 1984) y “Ser digital” (Negroponte, 1995).

mismo modo que pasaron a serlo en las sociedades industriales los sectores secundario o industrial o terciario o de servicios, en la actual fase de evolución social el peso básico de la actividad económica gravita sobre la información, dando lugar al hoy denominado sector cuaternario. En esta sociedad de la información el sistema de necesidades, así como el de la producción de bienes para satisfacerlas, vendrá determinado por un factor esencial: la información. El nacimiento de esta sociedad de la información con sus nuevas autopistas de datos, gráficos, imágenes, vídeo, sonido y voz está creando un nivel acelerado de cambios al sintetizar en ella la potencia de todas las revoluciones industriales anteriores.

Por tanto, mientras la sociedad industrial ha tenido como objetivo prioritario la producción de bienes materiales, la sociedad postindustrial informatizada supone un modelo de organización socio-económica basado en la producción y transmisión de informaciones. Si la sociedad industrial tuvo como símbolo la fábrica, en cuanto a empresa destinada a la producción de bienes materiales, la sociedad de la información se define y simboliza por los bancos de datos y las redes de información. Con eso se ha trasladado el centro de gravedad del desarrollo social y económico desde las empresas de producción de bienes materiales a las empresas que producen bienes de información y conocimiento¹³.

¹³ Pérez Luño, A.-E.: *Nuevas tecnologías, sociedad y derecho*. Madrid, 1987, págs. 97 a 99.

El sociólogo Javier Echeverría va más allá y dice que esta sociedad de la información, a la que él denomina “Telépolis”, no tiene estructura territorial, sino reticular; no está fundada sobre la tierra, sino sobre la tecnología. “Telépolis” no tiene suelo sobre el que se asienta, pero sí posee una infraestructura tecnológica basada en los satélites artificiales, en las torres de telecomunicaciones y en los cableados, que componen la arquitectura de la nueva ciudad. Según Echeverría, asistimos a una nueva colonización del planeta, que tiende a organizar las interrelaciones humanas mediante redes y telas de araña, y no mediante recintos espaciales dotados de interior, frontera y exterior, como ha sucedido en las ciudades y en los Estados que conocemos. Internet es el germen de la sociedad civil de “Telépolis”, en la que las nuevas tecnologías -informática, audiovisuales, telecomunicaciones, realidad virtual, almacenamiento y distribución de la información, simulaciones, etc.- son comparables con las industrias clásicas que posibilitaron el crecimiento de las metrópolis: acero, petróleo, cemento, vidrio, tendidos eléctricos, automóviles, asfalto, etc. El teléfono, el fax, la televisión, el dinero electrónico y los ordenadores conectados a las redes mundiales son otras tantas expresiones del tipo de relación humana que define la vida en “Telépolis”, a saber: la interacción a distancia gracias a las tecnologías de telecomunicaciones¹⁴.

¹⁴ Echeverría, J.: *Internet y el periodismo electrónico*. Sala de Prensa. 1998. Vol. 1 y *Los señores del aire*, Madrid, 1999 (Premio Nacional de Ensayo, 2000).

En definitiva, la que McLuhan denominó como *Galaxia Gutenberg*, o sea, la cultura de la imprenta, está siendo reemplazada hoy por la *Galaxia telemática*, caracterizada por las posibilidades prácticamente ilimitadas de transmisión automatizada y en tiempo real de *bits*, es decir, de unidades de información.

Sin embargo, la etapa actual del desarrollo tecnológico, junto a estos indiscutibles avances y progresos, ha generado nuevos fenómenos de agresión a los derechos y libertades que, a su vez, han determinado la aparición de corrientes doctrinales y de opinión que denuncian tales amenazas y reivindican soluciones alternativas, corrientes que tienen como denominador común la lucha por acomodar el estatuto de los derechos fundamentales a la altura de las necesidades de nuestra época. En estas coordenadas, por ejemplo, se están desarrollando iniciativas por parte de la doctrina jurídica y de la jurisprudencia más avanzadas de los países con un alto grado de desarrollo tecnológico, a quienes lo que más les inquieta es que la telemática hace ya posible reunir todos los datos de carácter personal sobre un mismo individuo, y que esa tecnología se perfecciona continuamente, por lo que, si las medidas jurídicas y políticas no lo remedian, el proceso puede degenerar en un fenómeno imparable de control y manipulación social¹⁵.

¹⁵ Pérez Luño, A.-E.: *Nuevas tecnologías, sociedad y derecho*. Madrid, 1987, págs. 125 y 132.

En esta nueva sociedad en la que la información es poder y en la que ese poder se hace decisivo cuando convierte informaciones parciales y dispersas en informaciones en masa y organizadas, la reglamentación jurídica de las nuevas tecnologías reviste un interés prioritario. No en vano son múltiples los problemas e interrogantes que suscita el empleo de estas como nuevo instrumento de poder: si debe concentrarse en pocas manos o difundirse en toda la sociedad; si cabe sustraer de la espiral de acopio de datos -o, al menos, someterlos a especiales garantías- aquellos de carácter personal (especialmente los que pueden servir para prácticas discriminatorias o de control ideológico: datos sobre creencias religiosas, militancia política o sindical, raciales, sanitarios,...) o habrá, por el contrario, que aceptar un proceso indiscriminado de informaciones; si van a establecerse formas de vigilancia y participación ciudadanas de los bancos de datos públicos y privados o éstos van a quedar al margen de cualquier control por parte de las personas o colectividades afectadas por su funcionamiento; si, en suma, pueden concebirse las nuevas tecnologías como un nuevo tejido comunitario para la sociedad civil o como un instrumento de sujeción universal. Todas estas son alternativas sobre el empleo de estas nuevas técnicas de información y poder sobre las que se juega el destino social del hombre de hoy¹⁶.

¹⁶ Cfr. Lombardi Vallauri, L.: *Democraticità dell'informazioni giuridica e informatica*, en ID, 1975, n. 1, págs. 1 y ss.; Pérez Luño, A.-E.: *New technology and informatics in a Free Society*, págs. 44 y ss.; Rodotà, S.: *Elaboratori elettronici e controllo sociale*, II

Es evidente, por tanto, que para el pensamiento filosófico, el jurídico y el político de nuestro tiempo, así como para la opinión pública en general, constituye un reto urgente el establecimiento de unas garantías jurídicas que tutelen a los ciudadanos frente a esa eventual agresión tecnológica de sus derechos. Esta cuestión tiene hoy interés prioritario en una sociedad en la que el poder de la información ha adquirido una importancia capital, y en la que, a la vez, el derecho de acceso a la información aparece como una forma irrenunciable de libertad. De ahí que, frente al monopolio informativo por el Estado, la sociedad democrática haya reivindicado el pluralismo informativo, el libre acceso y la libre circulación de informaciones, informaciones que, no lo olvidemos, constitucionalmente deben ser, además, verdaderas. Por eso, la libertad para la recogida y transmisión de informaciones, no puede dejar inermes a los ciudadanos ante el proceso, utilización y difusión de noticias que pueden afectar a su vida privada o a la verdad de las informaciones. En suma, se trata de impedir que el flujo de datos necesario para el funcionamiento de la sociedad avanzada de nuestro tiempo suponga una agresión a los derechos fundamentales¹⁷, y, entre ellos, el derecho a recibir y difundir información verdadera: la comunicación de ideas, opiniones y noticias ha de ser libre, pero no contraria a la verdad. Es ahí donde pensamos que jugará un papel

Mulino, Bologna, 1973, págs. 34 y ss; Simitis, S.: *Informationskrise des Rechts und Datenverarbeitung*, Müller, Karlsruhe, 1970, págs. 137 y ss.

¹⁷ Simitis, S.: *Chancen und Grfahren der elektronischen Datenverarbeitung. Zur Problematik des Datenschutzes*, en NJW, 1971, pág. 676.

fundamental el derecho de rectificación, en su doble vertiente de garantía jurídica de la verdad de las informaciones y de expediente jurídico interactivo para la participación del ciudadano en el proceso comunicativo.

Hay que hacer un inciso para recordar que el derecho de rectificación se dirige a restaurar sólo la verdad lógica de la información, pues hace referencia a la información noticiosa o de hechos y no a la ideológica ni a la de juicios¹⁸.

El mensaje, objeto del derecho a la información, puede especificarse de varias maneras: como mensaje de hechos o comunicación noticiosa, como mensaje de ideas o comunicación ideológica o como mensaje de opinión o comunicación de juicios.

La comunicación noticiosa se dirige al conocimiento, por lo que exige objetividad en la información. Le corresponde el concepto de *verdad lógica*, en cuanto adecuación aceptable entre los hechos y la información difundida.

La comunicación ideológica se dirige a la voluntad, para moverla de acuerdo con esas ideas que se quieren difundir. Exige la sinceridad, que es una cualidad moral y, por tanto, interior de la persona que las manifiesta; de ahí que el Derecho no pueda entrar a regularla. Solamente se exige que al poner en práctica de esas ideas se respete el

¹⁸ Desantes, J. M. y Soria, C.: *Los límites de la información*. Madrid, 1991, págs. 48 y ss.

bien común y la paz social. La *verdad operativa* es la que corresponde a este tipo de mensajes.

La comunicación de opiniones es la aplicación de una idea a un hecho de la que se obtiene una conclusión o juicio. Exige una valoración de la opinión vertida, que ha de hacerse con sentido común, con criterio. Sus mensajes son valorados de acuerdo con la *verdad criteriológica*.

A efectos de la regulación jurídica de las nuevas tecnologías de la información, la facilidad de intercambiar informaciones a distancia a través de esas “autopistas de la información” puede generar, por tanto, importantes peligros para la protección de datos personales y de la verdad informativa¹⁹. El carácter internacional e ilimitado de esas conductas hacen más difícil su descubrimiento, prevención y castigo o rectificación, ya que incluso en los casos en que pueden ser detectadas pueden plantearse conflictos sobre la jurisdicción sancionadora competente²⁰. Por ello, la reglamentación jurídica del flujo internacional de información es uno de los principales retos que hoy se plantean a lo

¹⁹ Durante la elaboración de este trabajo nos ha llamado la atención la enorme preocupación por la protección de los datos, y la escasa por la verdad de la información que muestran los autores. Pensamos que es una razón más de la novedad de nuestro trabajo: protección de la verdad en los medios interactivos.

²⁰ Además, como veremos en el capítulo cuarto, la complejidad de las nuevas tecnologías impedirá también en muchos casos proceder a esa prevención, castigo o rectificación.

que el profesor Carrillo Salcedo²¹ ha designado como *El Derecho Internacional en un mundo en cambio*.

Como suele ocurrir en otros campos –ya se sabe que “el Derecho siempre va por detrás de la vida” o “primero viene la vida, y después el Derecho”– los avances de las nuevas tecnologías son mucho más rápidos que los jurídicos, con lo que el abismo entre técnica y derecho se va profundizando. Y muchas veces esa separación no tiene otra causa que la carencia, en la mente de los legisladores, de unos principios generales claros y de unas bases de solución bien cimentadas que permitan su aplicación a las ramificaciones concretas que se van derivando del tema central²². Además, el Derecho puede apelar siempre a un principio de justicia o Principio General del Derecho para resolver un asunto por complicado que parezca. Por eso a los jueces no se les releva de dictar sentencia. De ahí que no podamos estar de acuerdo con la tesis de los “espacios vacíos de Derecho” del profesor Villar Palasí; los tiene el Derecho positivo, especialmente la Ley, pero no el Derecho.

Para el profesor Villar Palasí hay espacios vacíos de Derecho, los llamados no-derecho, entendido este como la ausencia de normas en ciertos aspectos de la vida humana allí donde incluso el Derecho podría tener una vocación a hacerse presente. No es ni mucho menos el anti-Derecho, en el sentido en que ciertos grupos humanos –mafia por ejemplo– no aceptan el Derecho general, siguiendo las tesis de Hegel

²¹ Carrillo Salcedo, A.: *El Derecho Internacional en un mundo en cambio*. Madrid, 1984.

²² Desantes, J. M.: *La información como derecho*. Madrid, 1974, pág. 338.

cuando identifica no-derecho y anti-derecho. Según Villar Palasí, lo que procede, entonces, es que al pasar por Internet la conducta sea enjuiciada tal y como lo sería si no se hubiera producido en Internet; cualquier tipo de conducta: apología del delito, estafa, calumnia, injurias, etc. Sin embargo, reconoce que surgirían problemas como las diferencias entre las legislaciones nacionales: un mismo discurso nazi en Europa es sancionable pero en Estados Unidos está protegido por la libertad de expresión²³; o como que haya pocos terrenos en que un delito se cometa en un solo Estado en el caso de Internet.

Su análisis nos parece acertado también cuando sostiene que los datos del problema son tales que le hacen preguntarse si el viejo derecho, entendido por tal el que estudiamos, analizamos y usamos, es o no adecuado a los problemas como el que nos ocupa ahora. Incluso admite la posibilidad de dudar si habrá un lugar para el derecho en el futuro. Sin embargo, estima que Internet es un espacio social -quizá en coincidencia con la “Telépolis” de Echeverría- y como tal debe ser

²³ El juez Jeremy Fogel de la corte federal de San José decidió rechazar el fallo de la justicia francesa, emitido a finales del año pasado, que obligaba a bloquear el acceso a los usuarios franceses a los objetos nazis que *Yahoo!* albergaba en su división de subastas. Esta batalla legal comenzó el pasado mes de octubre cuando el Juez del Tribunal de Gran Instancia francés Jean-Jaques Gómez ordenó a *Yahoo!* retirar los artículos nazis de su división de subastas *online*, ya que esta práctica es ilegal en Francia. Además, impuso una multa de 2'5 millones de ptas. por cada día que la compañía incumpliera este bloqueo. El portal californiano pidió la revisión de este caso a la justicia americana argumentando que se trata de salvaguardar la libertad de expresión en Internet, así como que el tribunal francés no tiene jurisdicción sobre las operaciones que *Yahoo!* realiza en Estados Unidos ya que dicha orden viola los derechos garantizados por la Constitución americana. Fuente: *tecnologik@*, 21.06.01.

regulado por el Derecho, y porque como a todo espacio de libertad le corresponde un espacio de responsabilidad como en todo binomio conductual. Ahora bien, afirma que no puede ser regulado por el Derecho actual. Gráficamente dice que es imposible perseguir a delincuentes del S. XXI con códigos del S. XX. Como en la música, la literatura, la pintura, las comunicaciones y tantos aspectos de la vida social, para Villar Palasí estaríamos ante un Derecho de la post-modernidad que exige, por tanto, fórmulas jurídicas nuevas y en el que se dará una difuminación de la soberanía hacia formas de persecución universal²⁴.

Es evidente que Internet, en la medida que es o implica una organización -“un espacio social”-, comporta la existencia de normas jurídicas. Pero el primer problema que se plantea es precisamente que se trata de una red mundial. Por ello y por lo novedoso del fenómeno, las normas que regulan su funcionamiento deben tener una especial naturaleza. La comunicación en su acepción más genérica y la información como parcela específica de aquella van ignorando cada vez más las fronteras. Los últimos medios técnicos de difusión, y los progresos técnicos de los más antiguos, van surgiendo ya con alcance espacial y electrónico supranacional. Como dice Desantes, pensamos que todas las situaciones y relaciones que de estos fenómenos dimanen claman por un derecho que los regule, que ni por naturaleza ni por

²⁴ Villar Palasí, J. L.: *Implicaciones Jurídicas de Internet*. Revista “Anales” de la Real Academia de Jurisprudencia, nº 28, octubre de 1999.

alcance puede ser nacional. El derecho de la información será cada vez más un derecho internacional de la información. La mayor posibilidad de una convivencia internacional efectiva y, por tanto, la mayor necesidad de cooperación en la comunidad internacional proceden en gran parte del progreso y la internacionalización de las comunicaciones como consecuencia decisiva de la revolución tecnológica. La internacionalización informativa exige una regulación universal a medida que va planteando problemas a la comunidad internacional.

Para este profesor la vuelta a los orígenes de la reflexión científica del derecho internacional nos advierte un grado de solidaridad profunda entre comunicación y comunidad internacionales que puede constituir la clave en la búsqueda de soluciones justas a los problemas internacionales –técnicos y humanos- de la información. Estas tendencias desenvueltas por la doctrina de juristas y teóricos de la información nos descubren la fecundidad de dos ideas fundamentales de Vitoria: el *totus orbis* o comunidad a la que llamamos “Humanidad”, y el *ius societatis et communicationis* como un sólo derecho. Formar parte de la humanidad y comunicarse todos los seres humanos constituyen un solo objeto de un mismo derecho²⁵.

La teoría del *ius communicationis* elaborada por Francisco de Vitoria constituyó un certero presagio de un derecho común de la humanidad basado en la comunicación. Para Vitoria la amistad natural

²⁵ Desantes, J. M.: *Op. cit.*

entre los hombres y sus vínculos necesarios de solidaridad se hallan cimentados en la idea de la *comunicación*. La facultad de intercambiar ideas y experiencias, mediante el lenguaje, es un atributo definitorio del género humano. Sin comunicación no puede haber conocimiento entre los hombres, tampoco relaciones mutuas basadas en la cooperación; en suma, sin ella no es posible la sociedad o comunidad.

Con su elaboración del *ius communicationis*, Francisco de Vitoria se propuso dar cuenta de los rasgos identificadores de su tiempo; y, en cierto modo, en ofrecer una respuesta a los problemas de una sociedad –la renacentista– caracterizada por las innovaciones técnicas, los descubrimientos geográficos y un desarrollo de las formas culturales que hacían obsoletas las categorías conceptuales heredadas de la Edad Media, proceso similar al que estamos atravesando con el desarrollo de las nuevas tecnologías, con la ocupación por el hombre de la Luna, Marte o las estaciones orbitales, o la trascendencia que para la cultura supondrá el fenómeno de la “globalización”. Para Pérez Luño no es aventurado conjeturar que la interpretación vitoriana de los problemas sociales y políticos en los que comunicación y libertad no se excluyen, sino que se “co-implican”, puede entrañar una estimulante vía superadora de la tensión entre el flujo internacional de datos e informaciones y el respeto a las libertades²⁶.

La internacionalización de la información es un hecho innegable e irreversible que está rompiendo los esquemas estatales a pesar de la

²⁶ Pérez Luño, A.-E.: *Op. cit.*

resistencia de los Estados: el progreso técnico hace imposible la autarquía informativa y más necesaria la dependencia de los grandes núcleos de información y la cooperación en las comunicaciones terrestres y espaciales, conducidas o hertzianas. Dependencia y cooperación amplían las relaciones y, en consecuencia, obligan a buscar nuevas fórmulas jurídicas que las rijan²⁷.

Pero es que, además de la desaparición de las fronteras físicas, las nuevas tecnologías comunicativas están conduciendo a la paulatina desaparición de las fronteras técnicas que anteriormente permitían diferenciar los sectores industriales de la telecomunicación, la radiodifusión, la televisión o la informática, integrados hoy en los denominados *interactive home media*²⁸. Sin embargo, como dice Desantes, los principios vitorianos no están contradichos por la aparición de medios tan complejos como los electrónicos; los principios sentados por el fraile burgalés permiten la clarificación de los fenómenos de difusión y recepción de mensajes en cuanto se les considera bajo el concepto unitario del medio. La posibilidad de actuar conjunta y unitariamente las posibilidades comunicativas de varios medios potenciándose recíprocamente, no hacen sino generar un nuevo medio. Esta consideración unitaria permite aceptar como medio a los llamados multimedia electrónicos -especialmente Internet- y aplicarles

²⁷ Desantes, J. M.: *La información como derecho*. Madrid, 1974, pág. 365.

²⁸ Pérez Luño, A.-E. *Nuevas tecnologías, sociedad y derecho*. Madrid, 1987, pág. 14.

los principios decantados en consideración a los medios convencionales: globalidad, libertad, unidad y responsabilidad conjunta en el resultado.

Como queda patente, la doctrina de Francisco de Vitoria ofrece soluciones a los problemas que actualmente plantean las nuevas tecnologías, ya sean los ocasionados por la desaparición de las fronteras técnicas entre los distintos medios, por las físicas entre estados o de cualquier otro tipo. Por ello, con Desantes²⁹, estimamos que acudiendo a los principios del *ius communicationis* vitoriano pueden contemplarse jurídicamente fenómenos como los satélites de difusión directa, Internet e instituciones como el derecho de rectificación universal en las nuevas tecnologías.

²⁹ Desantes, J. M.: *Francisco de Vitoria, Precursor del Derecho de la Información*. Madrid, 1999.

1.2 La participación del ciudadano en el proceso comunicativo: de espectador a protagonista. Fundamentación jurídica de la universalización del acceso a la información.

Los dos millones y medio de correos electrónicos -todo un plebiscito- recibidos en un medio de comunicación norteamericano contra la firma por parte del ex-presidente Clinton de unas normas que suponían la implantación de formas de censura a la libertad de circulación por la Red es una muestra práctica de cómo las nuevas tecnologías facilitan la universalización del acceso a la información, por la que el ciudadano deja de ser de mero espectador para convertirse en protagonista del proceso informativo. Para J. Echeverría es, además, otra prueba del protagonismo cada vez mayor que adquiere la sociedad civil en “Telépolis”, esta vez a modo de manifestación por su calle principal, Internet³⁰.

³⁰ Echeverría, J.: *Internet y el periodismo electrónico*. Sala de Prensa. 1998. Vol. 1.

Como señala el profesor Carlos Soria³¹, con el advenimiento de las nuevas tecnologías la audiencia deja de estar al final del proceso comunicativo para situarse en el principio de este proceso, haciendo obsoletos el aforismo “todo para el lector pero sin el lector” y el consiguiente despotismo informativo. Este profesor explica el cambio hacia formas de comunicación interactiva sobre la base de cuatro factores: la justicia informativa, la intuición empresarial, el márketing periodístico y el factor técnico.

En cuanto al factor de “justicia informativa”, especialmente interesante para este estudio, Soria destaca la importancia del derecho de rectificación, como primer expediente interactivo de cariz jurídico, y resalta el giro copernicano que supuso el art. 19 de la Declaración Universal de Derechos Humanos de la ONU de 1948, por el que se establecía un sujeto universal al derecho de la información: la Humanidad (en coincidencia con la tesis del *totus orbis* vitoriano); nos encontramos, pues, ante la expresión jurídico-positiva primera y fundante del derecho de acceso universal a la información, es decir, de la comunicación interactiva, que más tarde están haciendo posible las nuevas tecnologías. A partir de esa declaración la audiencia adquiere una nueva posición jurídica: deja de ser pasiva y pasa a ser titular del derecho a la información, tanto como los medios.

³¹ Soria, C.: Conferencia sobre *La participación del público en el proceso comunicativo: ¿una cuestión pendiente que resuelve ahora la tecnología?*, en el Congreso “La Tecnología de la Información y sus desafíos” organizado por la Sociedad Estatal “España Nuevo Milenio”, Madrid, 2000.

Por lo que respecta a lo que Soria ha denominado “intuición empresarial”, opina este profesor que se ha desarrollado movido fundamentalmente por el temor de los medios a perder credibilidad ante su audiencia; es este un factor en el que, a nuestro juicio, debe jugar un papel destacado el derecho de rectificación ya que, para ser un medio creíble, es necesario informar con verdad y, por tanto, restablecerla en cuantas ocasiones sea necesario.

También es importante el derecho de rectificación para el márketing periodístico ya que, según Soria, tiene como fin que los medios conecten antes, más y mejor con su audiencia, lo que, estimamos, conseguirán en la medida en que sean reputados como veraces.

La matriz digital de la información constituye para Soria el “factor técnico” que ha posibilitado el cambio de posición de la audiencia; y en el proceso de digitalización de la comunicación Internet no es un medio más, sino que cruza horizontalmente todos los medios, dándoles una orientación bi-media, con las implicaciones jurídicas que pueden devenir de esta consideración a efectos del ejercicio de la rectificación, como decíamos anteriormente.

Si este cambio en la posición de la audiencia en el proceso comunicativo, como acertadamente señalaba el profesor Soria, tiene su primer antecedente normativo en la Declaración de 1948, no es menos acertado indicar que hunde sus raíces jurídicas en las teorías jurídico-comunicativas de Fray Francisco de Vitoria.

Basándonos en las investigaciones desarrolladas sobre el fraile burgalés por el profesor Desantes, se puede afirmar que para Vitoria a nadie se le puede vedar el uso de las cosas que, por derecho natural, son comunes a todos, como el agua o el aire. Por eso proclamó el principio de *mare liberum* (el mar no puede tener dueño), perfectamente aplicable al espacio libre, al éter y a las ondas radioeléctricas. En virtud de este principio vitoriano de libertad del espacio, la idea de soberanía territorial no es transplantable al mundo de la información; por tanto, el derecho de la información debe ser reconocido a todos los hombres, y a su servicio han de actuar los organismos internacionales y los Estados. Además, como para Vitoria comunidad y comunicación son términos recíprocamente relativos -de manera que no se puede dar el uno sin el otro- cuando la comunidad es universal, como ocurre con la humanidad, la comunicación también ha de universalizarse. Por tanto, como no hay comunicación si no hay comunidad -y viceversa-, aquélla será más perfecta en la medida en que sea interactiva, es decir, se universalice su acceso y, por tanto, extienda -haga más amplia- la comunidad.

Vitoria habla del *ius societatis et communicationis* no como de dos derechos separados, ni siquiera yuxtapuestos, sino como uno solo³². El derecho del hombre a vivir en comunidad y el derecho a comunicarse constituyen un radical y común derecho. Como decíamos, ya es

³² Desantes, J. M.: *Francisco de Vitoria, Precursor del Derecho de la Información*. Madrid, 1999.

doctrina universalmente aceptada que ni hay comunicación sin comunidad, ni hay comunidad sin comunicación. Para el maestro burgalés, se trata de dos derechos naturales interdependientes pues, en cuanto que se requieren recíprocamente, es incomprendible el uno sin el otro. Tan solo existen conjunta e inseparablemente. Este es el origen y fundamento jurídicos de la universalización del acceso a la información y, por tanto, de la comunicación interactiva: no hay sociedad si no hay comunicación (interactividad) entre sus miembros, y no es posible la comunicación si no hay personas interrelacionadas (interactivas). Los objetos de este derecho único, que hoy se consideran distintos, aunque recíprocamente relativos (comunidad y comunicación) tuvieron una sola denominación en Grecia: *koinoonia*. Por tanto, siguiendo la interpretación de Desantes, la comunicación es un derecho fundamental y fundamentante, efecto y causa de la comunidad; y la comunidad, por elemental que se la conciba, acuna la comunicación. Pero la comunidad en general o tomada en su sentido universal, no es concebible sin un mínimo de comunicación entre sus miembros. El progreso del sentido comunitario queda estancado en cuanto se cohibe la comunicación; el que el hombre sea, por naturaleza, un ser social sitúa en un lugar elevado de la escala de valores al derecho a la comunicación. De acuerdo con Desantes, su versión moderna, impuesta por la necesidad de adaptar –poner en forma, *in-formare*– lo comunicable al lenguaje específico de cada medio técnico, es el derecho a la información.

Vitoria ha abierto un sin fin de posibilidades con la ecuación *ius naturalis societatis et communicationis*. Se podría decir con Desantes que el derecho radical a la vida, flanqueado por los derechos cardinales a vivir en comunidad y a vivir comunicándose son la fuente de donde manan todos los demás derechos.

Bajo esta perspectiva, la comunicación no es solamente un presupuesto, sino un derecho de la comunidad y del individuo. Y en el concepto de comunicación hay que incluir desde el simple diálogo directo hasta la utilización de todos los medios técnicos imaginables para difundir mensajes y conectar personas y comunidades distintas, medios entre los que hay que incluir las nuevas tecnologías interactivas. Partiendo de estos postulados se debe llegar a la eliminación de los obstáculos que se opongan a la libre circulación informativa: Vitoria dirá que si la comunicación es necesaria para la existencia y subsistencia de la comunidad, no es lícito prohibirla o interferirla³³.

Así pues, todo el mundo tiene derecho a comunicar la verdad, sea en forma de hecho -de manera objetiva-, sea en forma de idea u opinión -de modo subjetivizado y sincero-. Este derecho se convierte en aquel que lo ostenta en un deber que, a la vez, es derecho para los demás: la información como venimos diciendo no sólo es un derecho activo, del difusor, sino también del receptor, que así no es meramente pasivo puesto que el fenómeno de la comunicación se da por la puesta en

³³ Desantes, J. M.: *Ibid.*

común, la participación de los dos o más términos subjetivos de la relación comunicativa; en definitiva, la interactividad. Siempre el receptor ha de tener expedito el ejercicio de su derecho como difusor. La comunicación no tiene nunca una dirección única, sino doble, al menos potencialmente. Por tanto, la interactividad consiste en la posibilidad constante de diálogo, no en un monólogo, ni en un cruce de mensajes entre sordos. De aquí se derivan facultades fundamentales de los hombres, como el derecho a la libre expresión o el derecho de rectificación³⁴.

³⁴ Desantes, J. M.: *Ibid.*

**2. INTERACTIVIDAD: LA UNIVERSALIZACIÓN DEL ACCESO A LA
INFORMACIÓN EN EL PROCESO COMUNICATIVO A TRAVÉS DE LAS
NUEVAS TECNOLOGÍAS.**

2.1 De la información unilateral a la comunicación interactiva. Importancia y beneficios de las tecnologías interactivas de comunicación.

El desarrollo de la información se ha producido a través de cuatro etapas: la primera corresponde a la fase de la comunicación oral; la segunda se inicia con el descubrimiento y evolución de la escritura, que garantizaba la exactitud y persistencia de la comunicación; la invención de la imprenta marca el inicio de la tercera etapa, en la que la información puede reproducirse y expandirse con mayor rapidez y menor coste a destinatarios cada vez más numerosos; y con la tecnología informática se abre una nueva etapa en la que es posible recabar, almacenar, organizar y difundir informaciones en el tiempo y en el espacio, con la máxima garantía de celeridad y exactitud, y todo ello, por primera vez, de forma interactiva. En esta fase el lenguaje que vehicula la información deja de ser natural para convertirse en artificial o simbólico ya que el hombre debe establecer una comunicación con la

máquina, para lo que se precisa formalizar el lenguaje humano en lenguajes de programación accesibles al ordenador y a las nuevas tecnologías.

En esta última etapa en la que estamos, cada viejo medio encuentra una réplica más eficiente en los nuevos medios: el periódico tradicional está siendo sustituido paulatinamente por el periódico electrónico publicado en Internet y otras redes bajo estándares como el *www*; la televisión con espectadores pasivos irá sustituyéndose progresivamente en los próximos años por la televisión interactiva y a la carta transmitida por distintas tecnologías de banda ancha; los folletos publicitarios sobre papel impreso van dando paso al folleto electrónico editado en cd-rom u otros soportes digitales; y el vídeo tradicional está siendo sustituido por el dvd -*digital video disk*- o por el vídeo bajo demanda en las redes de comunicaciones.

Marshall McLuhan afirmó en su *Galaxia Gutenberg* que todo nuevo medio trata, en una primera instancia, de integrar a los medios precedentes y referirse a ellos. Esto resulta muy claro en el caso de Internet, puesto que tanto la prensa como la radio y la televisión van emplazándose en la Red y abriendo sus respectivas sedes telemáticas. Sin embargo, Internet posee una estructura interna muy distinta a la de los medios de comunicación precedentes, derivada en parte de su origen, y en parte de su evolución ulterior.

Cabe decir que Internet es una red horizontal, multidireccional, descentralizada e interactiva, lo cual resulta poco frecuente en el caso

de los medios de comunicación anteriores. En el caso del libro, el paradigma de la *Galaxia Gutenberg*, que aportó un medio de comunicación multidireccional, la posición del autor es central y asimétrica con respecto a la del lector, y la interactividad apenas existe. Y otro tanto cabría decir de la radio y la televisión, a diferencia del teléfono, que sí es interactivo, pero sólo es bidireccional, al menos en su formato actual³⁵.

La aparición de la *World Wide Web* ha sido decisiva para la expansión y la difusión mundial de Internet. Lo que podemos llamar la arquitectura del *www*, es decir el entramado de conexiones que lo sostiene, se basa, como es sabido en el “hipertexto”, base de la interactividad. Theodor H. Nelson acuñó ese término en los años 60 definiéndolo de la manera siguiente: “Con ‘hipertexto’ me refiero a una escritura no secuencial, a un texto que bifurca, que permite que el lector elija y que se lea mejor en una pantalla interactiva. De acuerdo con la noción popular, se trata de una serie de bloques de texto conectados entre sí por nexos, que forman diferentes itinerarios para el usuario”.

Es sabido que, con la aparición de los ordenadores multimedia, esos enlaces no sólo tienen lugar entre palabras, sino también entre sonidos, imágenes y datos. Ello permite un tipo de recuperación de información multilineal, o si se prefiere transversal. En lugar de seguir

³⁵ Echeverría, J.: *Internet y el periodismo electrónico*. Sala de Prensa. 1998. Vol. 1.

el orden de las páginas de un libro, de las hojas de un periódico, de los compases de una melodía o de las secuencias de un film, el hipertexto proporciona múltiples posibilidades de recuperar la información en función de los intereses concretos del usuario. Destacamos esta técnica porque es la que consigue que el receptor sea realmente el protagonista del proceso de la comunicación, situándolo en el inicio del mismo, haciendo efectiva la universalización del acceso a la información.

En su virtud, el lector del periódico electrónico no sólo podrá acceder a lo que es actualidad, tal y como esta actualidad es ofrecida por las grandes agencias productoras de noticias, sino que podrá disponer de todo cuanto se comenta en la calle sobre el tema, así como lo que se comentó anteriormente. Y, lo que es más importante, podrá pronunciarse sobre la cuestión, incorporando sus propias opiniones a los archivos correspondientes de forma interactiva, gracias al correo electrónico. Es esta última la novedad principal planteada por los medios de comunicación electrónicos en redes tipo Internet: la interactividad ya mencionada. Secciones tales como las cartas de los lectores, los anuncios por palabras o las tribunas de opinión pueden verse fuertemente reforzadas.

Aunque se desconocen en buena medida los efectos precisos de estas nuevas tecnologías de comunicación interactiva, nadie pone en duda su importancia histórica y el cambio cualitativo que están introduciendo en nuestro modo de producir, de gestionar, de consumir, de vivir. Cada vez más afectarán decisivamente al entorno de nuestra

vida cotidiana. Y pensamos que, si se quiere profundizar en la verdadera dimensión de su importancia, hay que caer en la cuenta de que, precisamente porque conciernen fundamentalmente a los procesos de información y porque la sociedad surge basada en la comunicación -recuérdense las teorías vitorianas-, la actual revolución tecnológica penetrará -lo esta haciendo ya- en el ser humano aún más profundamente que las precedentes³⁶.

Sin embargo, también es importante la capacidad de utilización de todas ellas en una red de innovaciones tecnológicas caracterizadas por su interconexión y reforzamiento mutuo en la medida en que todas esas innovaciones pueden ser transformadas en procesos de información que multiplica el impacto específico de cada tecnología. Esto es lo que caracteriza a las nuevas tecnologías: su interdependencia, es decir, el hecho de que constituyan un sistema en el que los avances de cada campo facilitan el progreso en otras áreas de innovación tecnológica, en base, sobre todo, a la comunicabilidad de la información obtenida y a su traducción en el código específico de cada campo³⁷.

Las nuevas tecnologías interactivas de la comunicación -y especialmente Internet- ofrecen una serie de ventajas, de las que siete nos parecen especialmente destacables: la inmediatez que proporcionan, al conectar con un gran número de proveedores de

³⁶ Castells, M.: *El Desafío Tecnológico*. Madrid, 1986, pág. 263.

³⁷ Castells, M.: *Ibid.*, págs. 14 y 24.

contenidos y conseguir en tiempo real la información que se necesite de un amplio espectro de fuentes muy diversas; el gran caudal de información de todo tipo siempre al alcance aunque provenga de un país remoto; la rapidez en obtener información exhaustiva gracias a las posibilidades que ofrecen el hipertexto y el hipermedia³⁸, evitando desplazamientos a los lugares donde se conserven los documentos y sin necesidad de manejarlos físicamente, con el ahorro de tiempo que esto implica³⁹; el bajo coste que supone lograr toda esa información -el precio de una llamada local, en Internet- que facilita la conexión con cualquier proveedor del mundo; la posibilidad de establecer una conversación interactiva *online* (en tiempo real) con usuarios de todo el mundo para intercambiar información evitando viajes; el acceso a datos e informaciones más ciertos y precisos al poder interactuar con el protagonista o responsable de los mismos; y, por último, acceder a la suma de toda estas ventajas sin necesidad de desplazarse.

³⁸ Imágenes, gráficos, audio y vídeo que contienen un enlace que abre otro documento al marcar sobre él.

³⁹ Según algunos estudios el tiempo de la jornada laboral de los profesionales se divide en un 70 % en actividades de comunicación, un 25% de distribución y recuperación de documentos y sólo el 5% restante en actividades de pensar, analizar y planificar. Si tenemos en cuenta que estas nuevas tecnologías pueden incidir de forma notable en la reducción de los tiempos necesarios para las dos actividades citadas en primer lugar, se podrá apreciar las posibilidades de cambio que subyacen en las innovaciones comunicativas.

2.2 Las tecnologías y los medios en la universalización del acceso a la información.

Lo que jurídicamente caracteriza a las nuevas tecnologías y a los medios de comunicación interactiva es que constituyen el sistema de concreción material del principio del derecho de acceso universal a la información establecido en el artículo 19 de la Declaración de los Derechos Humanos de 1948, según el cual la investigación, difusión y recepción de noticias y opiniones son jurídicamente patrimonio de todos los hombres.

Las nuevas tecnologías comprenden una serie de aplicaciones de descubrimientos científicos cuyo núcleo central consiste en una capacidad cada vez mayor de tratamiento de la información. Ese núcleo central de grandes innovaciones tecnológicas se apoya, para hacer posible su aplicación, en otra serie de descubrimientos que sirven de soporte material o de soporte estratégico a las tecnologías de la información.

Son ocho los grandes campos tecnológicos que constituyen a juicio de los expertos⁴⁰ ese núcleo interdependiente que, como veíamos en el punto anterior, actúa en forma de sistema: la microelectrónica, la informática, las telecomunicaciones, el láser, la automatización, la biotecnología, las energías renovables y los nuevos materiales. No se incluye la energía nuclear porque esos mismos expertos la consideran una vieja tecnología que quedará obsoleta a medio plazo. De ellos son los cuatro primeros los que nos interesan puesto que constituyen la base técnica sobre la que se desarrollarán las tecnologías comunicativas interactivas que facilitan la universalización del acceso a la información.

La microelectrónica es el motor de todas las tecnologías que se relacionan con el tratamiento de la información; su antecesor inmediato, la electrónica, de la que derivan sus funciones, tiene por objeto procesar información y establecer comunicación aprovechando impulsos eléctricos. Sin embargo, es con la aparición del microprocesador en 1971 cuando la microelectrónica adquiere su verdadera importancia, ya que este contiene en un solo *chip* las funciones equivalentes a las de la unidad de control de un ordenador.

Con él se consigue no sólo aumentar la potencia de cálculo sino también multiplicar la velocidad del tratamiento de los textos y del intercambio de información en las comunicaciones. La microelectrónica ha sido la causa de una micro-revolución en la forma de vincular la

⁴⁰ Castells, M.: *El Desafío Tecnológico*. Madrid, 1986, págs. 14 y 24.

información, lo que se conoce como convergencia de los estilos de comunicación. Esta convergencia se deriva del hecho de que un medio físico único -hilo de cobre, cable, microondas, fibra óptica, etc.- puede servir de vehículo a servicios que en el pasado se suministraban a través de medios diferentes. Recíprocamente, un servicio que era ofrecido en el pasado través de un medio físico único -radio, prensa, teléfono- puede ser ahora suministrado por varios medios físicos distintos.

La informática es la ciencia que se ocupa del proceso y almacenamiento de información mediante ordenadores, que en la actualidad no sólo permiten almacenar una gran cantidad de datos sino que además están facilitando la comunicación entre el ordenador y el usuario gracias al reconocimiento y síntesis de la voz. Precisamente, uno de los aspectos más interesantes de las investigaciones sobre la inteligencia artificial y sistemas expertos, correspondientes a la llamada quinta generación de ordenadores actualmente en desarrollo, reside en posibilitar que la comunicación entre el hombre y la máquina pueda realizarse en lenguaje natural, lo que enriquece notablemente los campos de interacción entre los sistemas informáticos y los expertos humanos. Dicha interacción pudiera verse potenciada de forma decisiva por las investigaciones de esa nueva frontera de la tecnología representada por los denominados “ordenadores moleculares”, en los que los *chips* de silicio serían sustituidos por *biochips* de carbono integrados por moléculas orgánicas.

Se entiende por telecomunicaciones el conjunto de técnicas cuya finalidad es la emisión o recepción de signos, señales, escritos, imágenes, sonidos, o informaciones de cualquier naturaleza por hilo, radioelectricidad, medios ópticos u otros sistemas electromagnéticos. Los avances de la microelectrónica le han dado una nueva dimensión. La posibilidad de descomponer todo tipo de señales -voz, música, imágenes, datos, etc.- en señales digitales codificadas permite que cualquier tipo de información sea tratada por un ordenador. Al mismo tiempo, las facilidades de transmisión a distancia de información han encontrado un impulso importante con tecnologías del tipo fibra óptica y en la utilización de satélites. Estos métodos permiten enviar una cantidad de datos por segundo inimaginable hace poco tiempo. Todo ello, unido a la posibilidad de interconexión de ordenadores alejados entre sí por medio de vías de telecomunicación como Internet, está configurando a las telecomunicaciones como el auténtico sistema nervioso de la nueva sociedad; la “Telépolis” de Echeverría, a la que se podría calificar también como *e-information society* o, abreviadamente, *e-society*: sociedad electrónica de la información.

Como decíamos, una de estas técnicas de telecomunicación son los satélites de comunicaciones, cuyas ventajas técnicas son indiscutibles. Desantes destaca las siguientes: una zona de cobertura amplia que permite cubrir toda la esfera terrestre con tres satélites geoestáticos, lo que supone un coste muy inferior al de las instalaciones terrestres necesarias para la misma cobertura; mejor calidad de

imagen, sin interferencias y sin alteraciones estacionales, según los climas, la hora del día, etc., y la posibilidad, por ejemplo, de seleccionar entre varios idiomas para una sola imagen. Las ventajas que se podrían llamar políticas o morales son: la apertura de grandes perspectivas en el campo de las relaciones internacionales; la mejora de la comprensión de la humanidad; el desarrollo del espíritu de cooperación; la más amplia difusión de la cultura de la información; la elevación de las comunicaciones desde un horizonte nacional a un horizonte universal; la información en regiones insuficientemente cubiertas por los medios clásicos de comunicación; los contactos entre zonas que, aun con lazos históricos y culturales comunes, están alejadas geográficamente; la evolución económica, social y cultural de los países en desarrollo, o de alguno de sus estamentos en emisiones especializadas, como para escolares, agricultores, etc.; la apertura de nuevos mercados; en fin, el desarrollo conjunto y armónico de la sociedad entera. Los aspectos negativos que ha detectado el mismo profesor son: la ruptura del concepto actual de soberanía; la posibilidad de utilizar los medios de comunicación con fines de propaganda, para transmitir noticias falsas o para alterar el equilibrio internacional; el peligro de imponer la cultura, el idioma, la religión o la doctrina filosófica de un pueblo a los demás; y el que, lejos de desaparecer las desigualdades entre los pueblos, se ahonden los monopolios de la información⁴¹.

⁴¹ Desantes, J. M.: *La información como derecho*. Madrid, 1974, págs. 340 y 341.

Sin embargo la ventaja técnica más importante de los satélites está por llegar, aunque lo hará próximamente, en el verano de 2001: los servicios interactivos de banda ancha. Hasta ahora, los satélites aprovechaban para sus transmisiones el ancho de banda Ku que cuenta con un rango de frecuencia entre 10 y 18 Gigahertzios para la transmisión de la señal. Se trata de un sistema unidireccional que permite al usuario de un servicio de Internet por satélite recibir información a gran velocidad, pero para el envío de datos deber recurrir a conexiones terrestres.

En cambio, con el nuevo ancho de banda Ka la frecuencia de la señal aumenta hasta los 30 Ghz y, al ser bidireccional, es utilizado para que el usuario pueda enviar la información. Esta transmisión comprende servicios multimedia, canales de radio, televisión e Internet y, además de la calidad y velocidad de las transmisiones, evita la congestión habitual en las redes terrestres. Sus usuarios necesitarán un Terminal de Satélite Interactivo que consta de una antena parabólica que se conecta mediante un cable coaxial a una tarjeta PC receptora⁴². Sin embargo, el elevado precio de los terminales necesarios de última generación –de 100.000 a 300.000 ptas.- y de las inversiones que tendrían que realizar las actuales plataformas de televisión digital por

⁴² La SES (Sociedad Europea de Satélites) puso en órbita hace unos meses el satélite Astra 1H con capacidad de banda Ka/Ku. A partir del próximo mes de junio ofrecerá un Servicio Interactivo de Banda Ancha (BBI) que permitirá al usuario final recibir la información a una velocidad teórica de 38 Mbps, vía Ku, y enviarla a 2Mbps, vía Ka.

satélite en esos nuevos terminales y en infraestructura interna es tan elevado que los analistas dudan que vaya a tener éxito.

Teledisc es la empresa que está desarrollando el proyecto *Internet in the Sky*⁴³: la colocación en órbita de una red de satélites que proveerán Internet a escala planetaria con una velocidad de hasta 64 Mbps, tanto en la recepción como en la emisión de datos. Constará de 288 aparatos de órbita baja que se colocarán en diferentes planos. Estos satélites no sólo se comunicarán con los usuarios terrestres, sino que también lo harán entre sí, cada uno con los que estén más cercanos. Así pretenden garantizar que en ningún momento se pueda saturar la red, ya que, en los momentos en que esto suceda, se recurrirá a los satélites que estén infrautilizados o no se encuentren transmitiendo o recibiendo datos; y en caso de saturación de toda la red, se lanzarían más satélites.

Iridium Satellite LLC⁴⁴ y Globalstar son redes de satélites que ofrecen servicios de Internet a telefonía móvil. La primera desde marzo de 2001 y la segunda desde unos pocos meses antes. La red de Globalstar se compone de 48 satélites LOE –*Low Earth Orbiting* o de órbita baja- que sobrevuelan la tierra a una altura de unos 750 Km

⁴³ Sistema de conexión a Internet que ofrecerá una cobertura de cerca del 100% de la población y el 95% del territorio mundiales, y que cuenta con el aval de Bill Gates, Motorola y Boeing.

⁴⁴ Iridium invirtió 5.000 millones de dólares en construir una red de 66 satélites capaces de proporcionar telefonía móvil con una cobertura prácticamente planetaria. Al no obtener la acogida esperada, fue vendida por 25 millones de dólares tras atraer

sobre la superficie. El satélite transmite la llamada recibida a un portal o *gateway* que se encarga de convertir la señal a, por ejemplo, la red GSM. De esta forma un usuario puede comunicarse utilizando su móvil con independencia del país en que se encuentre.

Para acceder a cualquiera de estas redes de satélites se necesita contactar con el proveedor del servicio en cada país y disponer de un teléfono móvil preparado para este tipo de comunicaciones.

La otra técnica de telecomunicación es el cable o fibra óptica: desde la utilización pionera de un sistema comercial de comunicaciones de fibra óptica en el área de Chicago en 1978 hasta hoy, la capacidad de transmisión de datos de las comunicaciones ópticas se ha incrementado en más de seis órdenes de magnitud, lo que equivale a decir que se ha multiplicado por un millón. Entre las ventajas que presentan los nuevos sistemas de fibra óptica, destaca la existencia ilimitada de depósitos materiales –reservas de silicio muy superiores a las de cobre-, la mayor seguridad en las transmisiones –dificultad de interceptar la línea sin ser detectado-, el mayor ancho de banda utilizable –permitiendo un mayor volumen de transmisión de datos-, la inmunidad frente a interferencias eléctricas –evita las molestias causadas por el “ruido”-, la imposibilidad de cruces de líneas –la información no puede pasar de un cable a otro ni entrecortarse-, la menor atenuación –permite transmitir a mucha mayor distancia-, el menor tamaño y peso del cableado –con el

solo unos cincuenta mil usuarios interesados en acceder a la red con un teléfono móvil desde cualquier lugar del planeta. Fuente: *tecnologic@*, 26 de abril de 2.001.

consiguiente ahorro energético-, así como una mayor flexibilidad a la hora de manipular y doblar los cables, lo que facilita enormemente su instalación.

Ni el cometido ni el fundamento de un sistema de comunicaciones ópticas difiere esencialmente de un sistema de cableado de cobre. El objetivo es transmitir algún tipo de señal –sonidos, datos e imágenes- entre dos puntos, y se persigue que la transmisión sea rápida, de gran capacidad y fiable. El procedimiento también es similar: la información que se quiere transmitir se transforma en una señal eléctrica, que, superpuesta a una onda electromagnética “portadora”, modula su amplitud. Esta onda moduladora es la señal codificada, que recorre la red de transmisión hasta el punto de destino, donde se lleva a cabo el proceso inverso: extraer la señal que modula la onda y decodificarla o transformarla de nuevo en información.

En un sistema de comunicaciones ópticas, la onda portadora es una onda de luz y el cableado está hecho de fibra óptica. La fibra óptica es una estructura cilíndrica (un hilo) transparente formado por dos zonas concéntricas (núcleo y recubrimiento) con índices de refracción distintos. Una vez que la onda entra en el núcleo, la diferencia de índices produce “reflexión total” en la frontera entre el núcleo y el recubrimiento, manteniendo la luz confinada en el primero y, lo que es más importante, guiada dentro de los extremos de la fibra.

Frente a la comunicación por satélite, el cable ofrece como ventajas que es difícil que se interrumpa la comunicación, la nitidez de

la información transmitida y que allí donde llegue el cable siempre habrá cobertura. Debido a su ancho de banda es prácticamente imposible que se produzca saturación de la línea. Cada cable está compuesto de 256 fibras, cada una de ellas capaz de soportar 150 millones de conversaciones a la vez. En total, un único cable de fibra óptica sirve para realizar 38.400 millones de conversaciones simultáneas. Esta alta capacidad se obtiene utilizando un único rayo de luz, pero además por cada fibra se pueden transmitir 10 rayos de luz. Hablamos de un vehículo tecnológico que transmite información a la velocidad de la luz, lo que garantiza la agilidad de las comunicaciones, algo especialmente importante cuando se trata de navegar por Internet o de utilizar servicios *online*.

El principal inconveniente frente al satélite es que el abonado al cable sólo podrá recibir los servicios que preste la empresa concesionaria de la demarcación en la que se encuentre, y no los de otras concesionarias de otras demarcaciones⁴⁵.

El otro gran inconveniente del cable es que combina fibra óptica con el tramo final de cable coaxial o de televisión, que tiene mucha menos capacidad. Al ser un sistema compartido por todos los usuarios se teme que la velocidad disminuya según crezca el número de usuarios,

⁴⁵ El cable está disponible para 89'7 millones de hogares en Europa, con 59'4 de ellos ya abonados a algún operador de cable. El país con mayor penetración del cable es Dinamarca, con un 30% de hogares que han contratado la oferta de alguna operadora. Fuente: Asociación de Operadores de Cable (AOC) y *Europe Cable Communication Association* (ECCA), enero de 2001.

aunque es la tecnología más indicada para ofrecer a través el mismo canal televisión digital, telefonía e Internet de alta velocidad.

Estos inconvenientes han hecho que se desarrollen otras tecnologías de banda ancha⁴⁶, tecnologías que abren las puertas a la llamada Red de cuarta generación caracterizada porque sus usuarios están siempre conectados, hagan uso o no de Internet⁴⁷: el ADSL, aplicaciones para la red eléctrica o PLC, el bucle local vía radio o LMDS, la óptica inalámbrica, la telefonía móvil UMTS y el satélite, como hemos visto anteriormente.

El ADSL⁴⁸ –Línea de Abonado Digital Asimétrica- es más accesible ya que funciona sobre las líneas telefónicas existentes, de ahí que el coste de instalación se reduzca drásticamente⁴⁹. Se trata de un servicio dedicado, es decir, la línea una al usuario y a la central telefónica

⁴⁶ Comparación de tiempos de descarga de un archivo de 3'5 MB: Cable módem, 1 segundo; LMDS, 3 segundos; ADSL, 4 segundos; Satélite, 58 segundos; RDSI, 3:47 minutos; Módem 56k, 8:38 minutos.

⁴⁷ A finales de 2.001, casi 10 millones de hogares en Europa, Estados Unidos y Asia dispondrán de este tipo de conexiones. En Europa crecerá hasta los 27 millones de hogares en 2.005, el 18 % del total. De estos, el 80% accederá a través de dos tecnologías competidoras entre sí: el cable y el ADSL.

⁴⁸ Tecnología que permite conectar con un módem la línea telefónica convencional –la RTC, o Red Telefónica Conmutada- o de par de cobre, y transmitir información a velocidades de 1'5 a 9 Mbps al usuario y de 16 a 800 kbps de éste al servidor. Con ella se consigue una velocidad mucho más alta que con los módems habituales o con la RDSI, y similar al cable-módem. La distancia y la calidad de la línea telefónica determinan la velocidad de la transmisión (XDSL es una abreviatura genérica para agrupar los diferentes tipos de DSL existentes, como HDSL, RADSL, SDSL o VDSL).

⁴⁹ Dentro de dos años esta tecnología superará al cable. Si en 2.000 tenía 4'5 millones de usuarios en todo el mundo, la cifra crecerá hasta los 66 millones en 2.003. Fuente: IDC, en *ganar.com*, marzo de 2.001.

directamente. Presenta como inconvenientes principales su menor velocidad de transmisión de datos ya que funciona sobre la red tradicional, canal propenso a atascos. Además, tampoco permite la recepción de canales televisivos, servicio disponible con el cable.

Para transmitir Internet a través de la red eléctrica⁵⁰, se emplea la tecnología *Power Line Carrier* o *Power Line Communication* (PLC)⁵¹. Las pruebas piloto pretenden ofrecer servicios de Internet garantizando en un principio banda ancha a una velocidad de transmisión de datos de 2 Mbps. Todo ello a través de la utilización exclusiva de la red de distribución eléctrica en baja tensión (380/220 voltios en trifásico y 220 voltios en monofásico), que es en definitiva el cable eléctrico convencional⁵². La ampliación de las pruebas tendrá como resultado aumentar esa banda ancha hasta 10 Mbps con el objetivo de prestar a sus usuarios los servicios de telefonía sobre Protocolo de Internet (IP), acceso de alta velocidad a la Red, servicios multimedia con vídeo y audio a la carta y videoconferencia.

Varias son las ventajas que presenta esta tecnología; la principal es que utiliza una red ya existente y evita así a las compañías eléctricas destinar cuantiosos recursos a infraestructuras. En segundo lugar, el usuario no tendrá que hacer ninguna obra, ni siquiera instalar nuevo cableado; le bastará con disponer de un módem específico PLC capaz de

⁵⁰ Endesa lo hace en veinticinco viviendas en Barcelona y Sevilla, e Iberdrola en diez hogares madrileños.

⁵¹ Fuente: *ARIADN@*, 1 de marzo de 2.001.

“leer” la señal sobre cualquier enchufe eléctrico de la casa y trasladarla al ordenador o a cualquier otro aparato al que se conecte. Por último, su combinación con la instalación de contadores electrónicos no solo abre paso a servicios añadidos de los denominados de “pago por uso” y prepago, sino que representa un instrumento de control del fraude, ya que los contadores *online* pueden informar continuamente del gasto en cada hogar e incluso suspender el servicio en la casa elegida y en el momento deseado.

Sin embargo, el principal reto del PLC reside en la reducción de las interferencias electromagnéticas y el ruido eléctrico de esta red, que puede impedir la llegada de los datos en perfecto estado a los receptores.

Otro de los sistemas alternativos de intercomunicación por cable es el LMDS⁵³, *Local Multipoint Distribution System*, uno de los servicios futuros de comunicación en la Red a través de banda ancha que ya ha comenzado a utilizarse en diversos países occidentales, entre ellos España⁵⁴. Junto con la óptica inalámbrica forma parte de las llamadas “aeropistas de la información”. Se basa en la traducción de la señal telefónica desde el cable convencional hasta ondas de radio, que

⁵² Este proyecto se desarrolla bajo el protocolo PLC denominado NisCom, de la firma israelí Nisko Advanced Metering Solutions (NAMS).

⁵³ Fuente: *ARIADN@*, 1 de marzo de 2.001.

⁵⁴ En España han obtenido licencia Abra.net, Aló 2000, Broadnet, Banda 26, Sky-Point, First-Mark y Retevisión. First-Mark ofrece -además del servicio telefónico local, provincial, internacional, de fijo a móvil- conexión a Internet con una garantía de

transmiten a antenas instaladas sobre los tejados de los edificios, desde donde la señal se transmite a los diferentes abonados.

Como ventaja aporta el ser capaz de separar banda estrecha y banda ancha para ofrecer simultáneamente telefonía convencional y datos.

La óptica inalámbrica o red por láser, evitando los inconvenientes de las redes físicas⁵⁵, pondrá a disposición del usuario accesos universales a Internet de alta velocidad –por encima de 2 Mbps–, interconexión entre redes de área local a 10 ó 100 Mbps, televisión digital interactiva, videoconferencia, aplicaciones multimedia para B2B y B2C, etc. Aunque mantiene algunos puntos en común con las redes de cable, marca la diferencia en la “última milla”. En un cable de fibra óptica la información se transmite en forma de luz y, sólo en la última parte del recorrido, ha de ser convertida en impulsos eléctricos que pasan, habitualmente, a la tradicional red telefónica de cobre. Esta última parte del servicio es la mencionada “última milla” –también

hasta 2Mbps. Por su parte, Retevisión ofrece tarifa plana con velocidad de navegación de hasta 256 Kbps, más de cuatro veces la velocidad telefónica convencional.

⁵⁵ Terabeam, compañía fundada en 1997 en Seattle y que cuenta con la participación de Lucent Technologies, ofrece una velocidad de transmisión de hasta 1 Gbps mediante un haz láser de una longitud de onda de 1.500 nanómetros situado en el espectro entre luz visible y ultravioleta, con una fiabilidad del 99'9%. Fsona, compañía inglesa que utiliza tecnología de British Telecom, transmite información a velocidades de 155 Mbps dentro de un radio de dos kilómetros, opción de bajo costo frente a los 622 Mbps que espera ofrecer antes del final de este año; su fiabilidad es del 99%. Fuente: *tecnologik@*, 8 de marzo de 2.001.

conocida como “milla verde”- y donde se encuentran los problemas de congestión, lentitud, etc.

Su arquitectura combina, así, una red de fibra óptica terrestre – que alquila a terceros- con una malla inalámbrica compuesta por nodos ópticos situados en las azoteas de cada edificio que demanda este servicio, al cual están unidos por cable. Estos nodos son bastante más pequeños que las antenas convencionales, además de estéticamente diferentes. Se trata de dispositivos cilíndricos, colocados en trípodes o mástiles, que miden 90 cm de alto por 30 de diámetro y pesan entre 30 y 40 kilos. Sólo uno de ellos, el nodo raíz, está conectado a los tendidos de fibra óptica que discurren bajo el subsuelo.

La malla que componen los nodos se apoya en tecnología láser: la señal es emitida por un láser de baja potencia, instalado en cada uno de los nodos, que la concentra y ralentiza su dispersión, de manera que pueda llegar más lejos y con mayor calidad.

Como no necesita el despliegue de una red física, supone un importante ahorro de tiempo y dinero en construir infraestructuras, y de burocracia a la hora de obtener los permisos necesarios.

Además, por ser de muy baja potencia, es inofensiva para la salud y el medioambiente, y las condiciones meteorológicas o cualquier objeto físico que se interponga no constituyen obstáculos para su recepción. El único condicionante que presenta es lo que se llama “línea de visión”, es decir, la unidad receptora debe estar cerca de una ventana para recibir la señal con claridad.

Sin embargo, se trata de una tecnología que se mueve en el terreno de la alegalidad ya que aprovecha la ausencia de legislación sobre el espacio radioeléctrico que utiliza para evitar las limitaciones legales que afectan a otros sistemas⁵⁶.

Los medios de comunicación incorporan estas nuevas tecnologías informativas para, entre otros beneficios, lograr la interactividad.

La televisión digital es uno de estos medios interactivos de comunicación que tendrá un gran desarrollo en el futuro⁵⁷. Hasta ahora el vehículo de transporte de su señal ha sido el satélite; sin embargo, la llegada de la televisión digital terrestre y del cable permitirán acceder a la misma cantidad de canales sin necesidad de instalar una antena parabólica, y con mayor calidad de imagen y sonido que la televisión analógica. Por cada canal de televisión analógica el nuevo sistema digital terrestre permite recibir hasta cuatro canales distintos, gracias a una técnica de compresión de la imagen que permite reducir su

⁵⁶ Alúa cuenta en Madrid con 80 Km de fibra, si bien espera que a mitad de año sus anillos alcancen los 130 Km. Ya está en condiciones de ofrecer sus servicios a 4.000 edificios. Esta compañía entró en fase comercial en febrero de 2.001 y opera con 35 nodos en la zona centro de la capital. Fuente: *ARIADN@*, 26 de abril de 2.001.

⁵⁷ Porcentaje de hogares con televisión digital: Reino Unido 29%, Francia 15%, España 15%, Alemania 5%, Suecia 5%, EE.UU. 24%. Fuente: *Strategy Analytics*, octubre 2.000.

volumen en el momento de transmitir la señal por el aire. En este proceso no se pierde calidad, y permiten también acceder a Internet⁵⁸.

Aunque de momento las emisoras de televisión digital⁵⁹ – ya sea vía satélite, cable o terrestre- se están limitando a explotar el lado comercial –contratación de películas o de otro tipo de programas, llámese “teletaquilla” o “pago por visión”- las posibilidades interactivas son numerosas: desaparece el espectador pasivo para dar paso al espectador participativo. En países como Estados Unidos y España, los espectadores pueden opinar, participar en encuestas en directo, en un concurso o elegir la cámara con la que ver una escena. Incluso pueden influir en el desenlace de una serie.

Cuando las operadoras de cable cubran con su red una mayor extensión territorial llegará una nueva forma de televisión interactiva: el *Video-on-demand*, vídeo bajo demanda o VOD. Esta tecnología no sólo permite que concurren Internet y televisión en una misma caja sin necesidad del satélite, sino que abre un amplio abanico de servicios al usuario. Por ejemplo, el espectador podrá decidir qué película quiere ver, cuándo y de qué manera; durante el pase podrá parar la imagen, rebobinar, establecer marcadores para volver a puntos determinados del filme, cambiar de idioma, poner subtítulos, avanzar y repetir la

⁵⁸ En el año 2004 en EE.UU. el 40% del total de hogares conectados a la red –76 millones- lo harán a través de la televisión más de 29 millones. Fuente: Jupiter Communications, octubre 2.000.

⁵⁹ Actualmente en Europa hay 13'05 millones de hogares que reciben televisión digital: 10'16 millones (79%) por satélite, dos millones (15'3%) por cable y 890.000 terrestre. Fuente: Astra, noviembre de 2.000.

proyección íntegra o los trozos marcados. Estas posibilidades son válidas para todo tipo de contenidos: deportes, informativos, concursos, etc. También será posible grabar con un dispositivo adicional estos contenidos en formato electrónico para enviarlos por Internet.

Para tener acceso a todo esto –a lo que también se accederá mediante líneas DSL⁶⁰ cuando las operadoras de telefonía actualicen sus centrales- el usuario sólo necesitará la línea y un dispositivo de tamaño similar al de un vídeo; en algunos casos este receptor incorporará un teclado para facilitar las opciones de Internet. El acceso a los contenidos se realizará mediante la EPG, un sencillo sistema de menús que permitirá con toda facilidad buscar y localizar el tipo de programa deseado, comprarlo –en el caso de que sea de pago- y programar su visionado⁶¹.

La interactividad también afectará a la publicidad televisiva: los contenidos, al ser personalizables, harán que no sea percibida como tal, sino como información adaptada a las necesidades del usuario; así el mensaje deja de ser impuesto y es emitido según las preferencias del usuario, que previamente ha seleccionado los ámbitos que le interesan: cada telespectador verá un anuncio distinto que, además, será interactivo ya que se establecerá una conversación entre ambos.

⁶⁰ *Digital Subscriber Line*, línea de abonado digital. Véase lo que se expone más arriba sobre el ADSL.

⁶¹ VOD es un sistema que ha reunido a compañías como Time Warner, CBS Television, Phillips y Pioneer, que se han asociado con corporaciones tecnológicas que se ocupan de servir la información al usuario cuando este la requiera.

Todo esto exige una tecnología capaz no sólo de hacer llegar contenidos hasta el receptor doméstico, sino que también pueda recoger datos del espectador para devolverlos al emisor de la señal. Tanto en el caso del satélite⁶² como en la televisión digital terrestre⁶³ existe un cierto grado de interactividad a través de la señal recibida, pero determinados tipos de comunicaciones exigen la realización de una llamada telefónica, lo que tiene dos inconvenientes: un coste adicional y una limitación de la velocidad del módem que va en detrimento de la capacidad de interacción del servicio. El cable⁶⁴, por tanto, se perfila como el principal proveedor de televisión digital interactiva (iTV) junto con un paquete integrado de servicios interactivos añadidos que ya ofrecen los operadores de por sí: Internet y teléfono; y esto porque la circulación de información a través del cable es constante, siempre bidireccional y no tiene costes adicionales, frente al satélite de banda ancha que necesita de una instalación aneja. Por contra, habrá que esperar a una mayor implantación del cable de banda ancha para llegar a ver en realidad la iTV.

En lo que a radio interactiva respecta, la tecnología digital también marca la pauta. La norma que se aplica en la Unión Europea es la DAB –*digital audio broadcasting*– que aporta como beneficios una calidad de sonido similar al disco compacto al eliminar las interferencias, la posibilidad de recibir información de texto adicional en

⁶² En España, las plataformas *Canal Satélite Digital* y *Vía Digital*.

⁶³ En España, *Quiero TV*, *Onda 6* y *La Otra*.

la pantalla del receptor y una única frecuencia para cada emisora en todo el territorio para el que se conceda la licencia⁶⁵. Su compatibilidad con la radio tradicional⁶⁶ y el progresivo abaratamiento de los equipos receptores –actualmente inaccesibles al gran público- facilitarán su

universalización en el futuro⁶⁷.

No podemos dejar de hacer, siquiera, una mención aunque sea breve a las nuevas tecnologías de telefonía móvil⁶⁸. Así, el sistema

⁶⁴ En España, *Madritel, Menta, Ono, Retecal, Euskaltel, Retena, Supercable*, etc.

⁶⁵ En España los doce operadores que tienen concedida esta licencia ya emiten en Madrid y Barcelona.

⁶⁶ Un ejemplo es *Radio Marca Digital*, que desde julio de 2.000 emite su programación por ondas digitalmente a la vez que lo hace *online* –con más de 15.000 usuarios semanales en las emisiones en directo- y desde febrero de 2.001 está presente en la FM de Madrid a través de *Radio Marca Madrid*. Fuente: *ganar.com*, abril de 2.001.

⁶⁷ En el Reino Unido, Alemania, Suecia y Bélgica la cobertura de la señal digital alcanza a tres de cada cuatro ciudadanos; en España habrá que esperar hasta 2006 para alcanzar la misma cobertura. En las Islas Británicas, entre programas nacionales y locales, existen casi una veintena de canales y dos claros protagonistas: *Digital One* –consorcio de la emisora privada de radio GRW y la operadora de cable NTL- y la cadena pública *BBC Radio* que comenzó a emitir ya en 1995. Estados Unidos se mantiene al margen del DAB, fundamentalmente porque esta banda de emisión se utiliza en ese país para fines militares; sí que han digitalizado su señal utilizando tecnologías similares al DAB, pero inferiores técnicamente ya que no permiten emisiones sin interferencias y en una misma frecuencia para todo el territorio. Sin embargo, Canadá, Sudáfrica, Israel y hasta treinta países han comenzado ya sus emisiones con DAB.

⁶⁸ Cien millones de estadounidenses usan actualmente teléfonos móviles, mientras que sólo 35 millones de hogares tienen un ordenador conectado a Internet. En dos años, el número de personas que accederá al “ciberespacio” por medios inalámbricos

WAP⁶⁹ -*wireless application protocol*, o protocolo de aplicaciones inalámbricas- permite el acceso a la Red sin necesidad de conexión física; sin embargo, su baja velocidad, el tamaño reducido de la pantalla, y que sólo permita la transmisión de textos en blanco y negro con una mínima carga de imágenes constituyen serios obstáculos para su desarrollo. Además, sólo se puede navegar por la Red a través de páginas y sitios *web* especialmente diseñados para WAP -ya que su lenguaje no es el HTML sino el WML⁷⁰, que requiere un navegador especial-, y su correo electrónico no permite adjuntar archivos.

Una aplicación del WAP son los Asistentes Personales Digitales, PDAs, pequeños ordenadores de bolsillo que tienen las aplicaciones de una agenda personal digital con libreta de direcciones, calculadora y reloj, y, además, una conexión que permite el acceso a todos los servicios que ofrece la Red: correo electrónico, noticias de la prensa, etc. Aunque sus pantallas son pequeñas, el *software* que utilizan, basado en tecnología WAP, adapta el contenido de Internet a cualquier pantalla. Cuando su convergencia con el móvil sea total, estaremos hablando de un sólo aparato que suma las cualidades de un PDA, un móvil y un buscapersonas, capaz de enviar y recibir correo electrónico, hacer llamadas, programar horarios y navegar por Internet.

será mayor que el de quienes lo hacen desde sus ordenadores personales. Fuente: IDC (USA).

⁶⁹ Fue desarrollado por las compañías Ericsson, Motorola, y Phone.com.

⁷⁰ *Wireless Markup Language*, lenguaje para la optimización de inalámbricos. Similar al HTML, se basa en el XML (ver más adelante).

Mientras que el sistema WAP utiliza tecnología de circuitos conmutados –CSD o *Circuit Switched Data*- que obliga a mantener la llamada durante la navegación, el GPRS –*general packet radio service*, servicio general de radio en paquetes- introduce el concepto “siempre en funcionamiento” –*always on*-, por el que el teléfono está siempre conectado para recibir datos sin necesidad de realizar ninguna llamada: sólo utiliza la Red cuando hay información para enviar. Se puede navegar por Internet pagándose sólo la información recibida, en vez del tiempo de conexión⁷¹. Funciona sobre la red GSM⁷² –*global system for mobile*, sistema global para móviles- con paquetes de datos conmutados: los mensajes de correo se envían comprimidos y durante breves instantes. No podrán superar los 20 kbps de velocidad de transmisión, más del doble que un GSM normal. Trabajarán sobre el navegador WAP, y aumentarán la eficacia de los servicios y aplicaciones desarrolladas para WAP.

⁷¹ En España, Telefónica Móviles ha sido la primera operadora europea en inaugurar su red nacional GPRS. Cobrará según los Kb enviados y recibidos en el mes. Si se consume hasta 1.000 Kb la tarifa es 4 ptas. por Kb; 3 ptas. hasta 2.000 Kb; 1'55 ptas. hasta 5.000 Kb; 0'75 ptas. hasta 10.000 Kb, y 0'50 ptas. cuando el usuario supere los 10.000 Kb.

⁷² En España han obtenido licencia como operadores de esta tecnología Xfera, Amena, Airtel y Telefónica Móviles. Además, como “revendedores” de servicios GSM - sin red propia-: Affinalia, Primus Telecomunicaciones Ibérica, Abbla Mobile, Vallehermoso Telecom y Aviron. Fuente: ARIADN@, 3 de mayo de 2.001.

La tecnología TETRA⁷³ aúna en un sólo terminal comunicaciones de radio, telefonía móvil y alta velocidad de transmisión de datos, que hasta ahora exigían dispositivos diferentes: es la precursora del GPRS. Se trata de un estándar aprobado por la ETSI (*European Telecommunications Standard Institute*) que proporciona comunicaciones ilimitadas entre un grupo cerrado de usuarios, tanto de voz como de datos. Al mismo tiempo permite realizar llamadas telefónicas como cualquiera de los móviles actuales. La velocidad de transmisión de datos es de 28,8 kbps, lo mismo que un módem estándar de hace poco tiempo. Su ventaja principal es que, al igual que las líneas ADSL actuales, permite la transmisión simultánea de voz y datos.

La tecnología UMTS⁷⁴ –*universal mobile telecom system*, sistema universal de telecomunicaciones móviles- permitirá, por ejemplo, vídeo y juegos interactivos, contenidos bajo pedido (música, vídeo, formación académica), chat, *m-commerce* (comercio electrónico a través del móvil), envío de fotografías, videoconferencia, vigilancia del hogar, contacto visual con guardería, asistencia virtual a clases y consulta médica e incluso control remoto sobre dispositivos domésticos⁷⁵. Además, la

⁷³ La policía danesa y los servicios sanitarios de emergencia británicos ya utilizan este sistema. En España, las operadoras Telefónica Móviles y Dolphin ofrecerán este servicio: por unas 5.000 ptas. mensuales por terminal un grupo de usuarios podrá hablar sin límite de tiempo.

⁷⁴ Cerca de seiscientos millones de abonados –aproximadamente el 10% de la población mundial- utilizará telefonía móvil en los próximos cinco años; sólo UMTS será la tecnología que pueda soportar plenamente tal demanda.

⁷⁵ La Isla de Man ha sido la pionera en la puesta en marcha de este servicio. La compañía Manx Telecom, filial de British Telecom, ha puesto en marcha durante el

pantalla en color de mayores dimensiones permitirá el pleno uso de imágenes y sonido en los contenidos *web*. Su velocidad multiplica por 225 la de los WAP, alcanzando 1Mb en cuatro segundos⁷⁶.

Sin embargo, no hay duda de que el medio interactivo por excelencia en la actualidad es Internet⁷⁷. Como es sabido, procede de

mes de mayo de 2.001 una experiencia piloto en la que participan varios cientos de los 30.000 usuarios insulares de telefonía móvil. En España no estará en servicio hasta el verano de 2.002, tras la moratoria recientemente concedida por el Ministerio de Ciencia y Tecnología. Fuente: ARIADN@, 3 de mayo de 2.001.

⁷⁶ Penetración de la telefonía móvil (% de la población): Reino Unido 50'3; Francia 40'3; España 48'1; Alemania 39'2; Suecia 63'1; EE.UU. 29.

⁷⁷ Cuadro comparativo de las ventajas y desventajas de las diferentes tecnologías de acceso a Internet.

VENTAJAS	TECNOLOGÍA	DESVENTAJAS
Utiliza redes ya desplegadas de cobertura geográfica universal.	Telefonía fija	Poco ancho de banda. Inútil para imágenes y lenta para datos.
Usa los cables de cobre ya instalados. Proporciona una conexión permanente.	Telefonía fija con ADSL	Distancia limitada a dos Km desde un cable de fibra óptica.
Velocidad y capacidad de transmisión muy altas. Conexión permanente.	Cable coaxial + fibra óptica	Su despliegue exige grandes inversiones y mucho tiempo.
Amplia cobertura geográfica. Acceso a la red mediante WAP y GPRS.	Telefonía móvil GSM	Poca capacidad de transmisión. No admite aplicaciones multimedia.
Gran capacidad y movilidad. Conexión permanente.	Telefonía móvil UMTS	Tecnología aún en pruebas.
Buena capacidad de transmisión y rápido despliegue.	Acceso vía radio o LMDS	Poco radio de alcance. Los equipos deben estar en línea de visión.

ARPA⁷⁸, que fue creada en los Estados Unidos para poder mantener interconectados los centros de decisión más importantes en el plano político, militar y científico en caso de un holocausto nuclear. Ante la necesidad de mantener intercomunicados a los científicos y compañías que integraban la organización, se desarrolló una red de ordenadores interconectados. Para garantizar la seguridad de los mensajes, se decidió dividir cada mensaje en varios paquetes que se enviaban por separado de forma que al llegar a su destino se tuviera toda la información completa. De esta forma si algún extraño interceptaba un paquete o se destruía parte del cableado, nunca se perdería el mensaje completo.

El primer experimento de conexión entre ordenadores fue entre Berkeley y el MIT (Instituto Tecnológico de Massachussets) en 1965, y dos años después comenzó el proyecto ARPANET⁷⁹.

En 1969 se establecieron los primeros nodos de conexión entre cuatro prestigiosas universidades de los EE.UU.; tras la separación de la red militar *Milnet*, fue constituyéndose la actual Internet, manteniendo su estructura descentralizada inicial, e integrando sucesivamente a las diversas redes que habían sido creadas siguiendo

Cobertura global con coste moderado.	Satélite geoestacionario	Dificultades y alto coste de la interactividad.
--------------------------------------	--------------------------	---

Fuente: Instituto del Audiovisual y las Telecomunicaciones en Europa.

⁷⁸*Advanced Research Projects Agency*; creada por los EE.UU. tras el lanzamiento del Sputnik por la URSS en 1957, fue el precedente de lo que hoy se conoce como la NASA.

otro esquema, tanto por países concretos como por grandes empresas: ARPANET quedó como una red troncal a la que se adherían segundas redes locales que a su vez quedaban conectadas entre sí.

En 1973 por primera vez la experiencia se comparte más allá de las fronteras nacionales, y se conecta con ordenadores de Inglaterra y de Noruega.

En 1982 se adoptó el protocolo TCP/IP⁸⁰ y, al conectarse con diferentes redes experimentales, cambió su nombre a Internet; en 1990 dejó de existir con su fin original y pasó a tener la configuración con la que hoy es conocida.

Todos los expertos subrayan el carácter abierto y descentralizado de la Red, así como el alto grado de autonomía con que cada red integrada en la red global cuenta para su propio funcionamiento; estas han sido las claves para el éxito de Internet, que cuenta ya con cientos

⁷⁹ *Advanced Research Projects Agency Network.*

⁸⁰ *Transmission Control Protocol/Internet Protocol.* Grupo de protocolos de comunicación que rigen el funcionamiento básico de Internet independientemente de los sistemas operativos existentes; constituyen la base de la transmisión y el enrutado de la información. El TCP asegura la correcta transmisión de datos entre dos ordenadores; si se producen pérdidas de información, ésta vuelve a enviarse. Es el responsable de dividir el mensaje en pequeños paquetes de datos, enviarlos por Internet, reenviar los que se pierdan o dañen y ensamblarlos correctamente en su destino para recuperar el mensaje original. El IP conecta a las redes a Internet y dirige el modo de envío de los paquetes de datos desde el lugar de origen hasta el destino, donde se ensamblan; para ello, cada paquete lleva la dirección de destino, y cada ordenador por el que pasa comprueba la dirección para enviarlo correctamente. Otros protocolos conocidos son FTP (*File Transfer Protocol*), HTTP (*Hypertext Transfer Protocol*), Telnet, y SMTP (*Simple Mail Transfer Protocol*); todos ellos se empaquetan con el TCP/IP. A veces se utiliza el UDP (*User Datagram Protocol*) para sustituir al TCP.

de millones de usuarios en todo el mundo⁸¹, que crecen aceleradamente mes tras mes, expandiéndose por todos los países⁸².

Hasta ahora se han utilizado varios estándares en la Red, aunque el más conocido es el HTML⁸³; la proliferación de estos sistemas incompatibles entre sí ha supuesto retrasos, confusión y grandes gastos en casi todas las áreas de la actividad humana. Por eso ahora se trabaja en el desarrollo del XML (*extensible markup language*), un lenguaje universal para el intercambio de datos, clave para la interconexión total, gracias al cual los usuarios recibirán información de diferentes fuentes a través del ordenador o del televisor y podrán conectarse mediante un teléfono móvil o un ordenador de bolsillo. Es la esperanza de los expertos que se convierta en un “esperanto informático”, medio para la comunicación entre diferentes sistemas a través de Internet.

⁸¹ Millones de usuarios de Internet por países: Reino Unido 19, Francia 7, España 11, Alemania 11, Suecia 4, EE.UU. 125. Fuente: Net Profit, octubre 2.000 y Media Matrix, enero 2.001.

⁸² Penetración de Internet por países (% de la población): Reino Unido 29 %, Francia 14%, España 11%, Alemania 13%, Suecia 56%, EE.UU. 46 %. Fuente: Netsizer, octubre 2.000.

⁸³ *Hypertext Markup Language*; sistema utilizado para crear y dar formato a los documentos hipertexto en la *www* basado en el primitivo estándar SGML. Utiliza comandos de formato denominados *tags*, que el navegador reconoce y permite que muestre los textos ASCII (colores, tamaños, subrayados, etc.), las imágenes, que especifique las áreas que llevan a otros documentos, etc. Las normas y cambios de HTML los establece el *World Wide Web Consortium* (W3C), a fin de estandarizar el lenguaje.

Desde el punto de vista técnico, este estándar del *World Wide Web Consortium* o W3C⁸⁴ supone una mejora en eficacia y simplicidad comparable, según los expertos a la lograda con la adopción a gran escala de los contenedores en el sector del transporte: con el XML el contenido no influye en absoluto sobre la forma en que se transportan y almacenan los datos; además, este estándar combina la sencillez con una extraordinaria flexibilidad.

Precisamente, como es tan fácil, ya han comenzado, empero, a proliferar dialectos; más de doscientas variantes⁸⁵ de XML concebidas para una numerosa gama de usos concretos: desde el sistema de archivos de las instituciones religiosas hasta el intercambio de información meteorológica o códigos genéticos, pasando por la descripción de naves espaciales.

Aunque las variantes de XML se pueden traducir mecánicamente sin errores, su rápida proliferación está frenando la eliminación de las incompatibilidades; un ejemplo que permite apreciar las limitaciones del XML es el WAP. El WML, es el dialecto de XML para el WAP, servicio que ofrece acceso a Internet a través de teléfono móvil, como veíamos anteriormente. El, de momento, escaso éxito del WAP no es

⁸⁴ Consorcio internacional fundado en 1994 para el desarrollo de estándares de protocolos comunes que permiten la evolución de la *www* y asegura su interoperabilidad. Está dirigido por el *Laboratory for Computer Science* del MIT.

⁸⁵ Fuente: *web* de OASIS (*Organization for the Advancement of Structured Information Standards*).

directamente achacable al XML pero demuestra que si una tecnología no ofrece ventajas tangibles puede acabar en fracaso.

Por contra, el RSS (*rich site summary*) es un ejemplo de las potencialidades del XML. Alrededor de quinientas *webs* de todo el mundo, entre ellas CNN.com, ofrecen titulares en dialecto RSS, lo que les permite estar presentes en de una manera sencilla y gratuita en otros *webs* y en programas de cinta informativa (*ticker*) compatibles con RSS. La variante ICE (*information and content exchange*), derivada del RSS, admite suscripciones y sistemas de pago para la distribución de la información, pero, en general, los usuarios no se muestran dispuestos a pagar por las noticias; no así las empresas, para las que se ha creado un mercado de venta de información entre ellas.

Hay una ley económica sobre estándares que también se aplica al XML: sólo son económicamente viables cuando están respaldados por el mayor número posible de protagonistas del sector. Todavía es pronto para saber si ciertos sectores concretos, como la tecnología genética, la industria automovilística o los fabricantes de ordenadores confirmarán su respaldo al XML adoptándolo en la práctica. De esta decisión dependerá en gran medida la generalización del uso de Internet y, por tanto, la universalización efectiva del acceso a la información.

Para Echeverría precisamente el crecimiento de Internet permite vislumbrar un nuevo espacio público en “Telépolis”, en el que los usuarios dejan de ser espectadores pasivos para convertirse en protagonistas de sus propias acciones e intereses. Frente a la televisión

vertical que reduce a los telespectadores a la pasividad -“la televisión es una ventana con 625 rejas”-, Internet y las redes telemáticas permiten a los espectadores convertirse en actores y en agentes sociales. Para Echeverría, como lo es cualquier calle de una ciudad, Internet es una forma de intercomunicación descentralizada, horizontal, multidireccional e interactiva ⁸⁶.

El paradigma de este tipo de intercomunicación dentro de Internet es, sin duda, el polémico sitio *Napster*⁸⁷ -y los similares *FreeNet*⁸⁸, *Gnutella*⁸⁹, *FileNavigator* o *MojoNation*- que con sus sesenta y cuatro millones de usuarios⁹⁰ es la punta del iceberg de una tecnología conocida como P2P: *peer to peer*, punto a punto, de tú a tú o “entre colegas”.

⁸⁶ Echeverría, J.: *Internet y el periodismo electrónico*. Sala de Prensa. 1998. Vol. 1.

⁸⁷ Shawn Fanning, bostoniano de diecinueve años, empezó a desarrollar *Napster* - nombre del apodo que él utilizaba- a finales de 1998.

⁸⁸ Fundada por Ian Clarke, irlandés de 23 años, permite distribuir información de manera absolutamente anónima; es más eficaz y redimensionable que otros sistemas P2P y tiene una estructura totalmente descentralizada: no hay una persona ni un ordenador que la controlen; en Internet lo habitual es que los archivos estén guardados en un servidor, del cual los descargan los usuarios. Sin embargo, cuando hay mucha gente interesada en un archivo concreto, se producen atascos y el resto de los archivos del mismo servidor se vuelven inaccesibles. Con *FreeNet -Free Network Project-*, el archivo se envía al usuario y se duplica en los nodos más cercanos, acercando así la información a las personas que la buscan.

⁸⁹ Justin Frankel desarrolló la primera versión y Gene Kan consolidó el proyecto: *Gnutella* no tiene ordenadores centrales ni listas centralizadas. Los usuarios se conectan directamente con todos los discos duros de la red P2P, en busca de la información deseada; cuando la encuentran, reciben una copia de los archivos, sin datos que revelen su procedencia.

⁹⁰ Fuente: *El Mundo*, 22 de febrero de 2.001, pág. 30.

Gracias al P2P es posible montar en la Red grupos públicos o privados para intercambiar imágenes, películas, música, bases de datos o cualquier otro tipo de archivos entre usuarios con intereses similares: todo lo que pueda digitalizarse y quepa en un archivo informático; mediante una función de búsqueda, los miembros del grupo pueden averiguar quién está conectado en cada momento y qué archivos están disponibles: ordenadores repartidos por todo el mundo, conectados a Internet pero prácticamente aislados hasta ahora unos de otros pueden comunicarse directamente, interactuar, colocarse en el principio el proceso comunicativo. De hecho lo que consigue las aplicaciones P2P, como *Napster*, es conectar entre sí millones de PCs que hasta ahora no habían sido más que terminales receptoras de información y los transforman en nudos –emisores y receptores simultáneamente- de una red de información cuyo valor, además, aumenta exponencialmente con el número de usuarios.

El concepto de un ordenador central –emisor- que recibe la información y la redistribuye a los terminales –receptores- se ha quedado obsoleto. Los servidores tipo *Napster*, además de hacer posible la circulación de archivos, permiten asignar capacidad de procesamiento o de almacenamiento a otros ordenadores; abren posibilidades de colaborar en un mismo proyecto usuarios situados en localidades remotas: organizaciones comerciales, oficiales, o de investigación científica se benefician de un sistema rápido, sencillo y gratuito de intercambio de información.

Napster –y *FileNavigator*, su clon- funciona según el principio de compartir archivos a través de un servidor. Una vez instalado el *software* basado en protocolos de flujo continuo (*streamlined protocols*), los usuarios pueden abrir al uso público algunas áreas de su disco duro, para que el resto de los usuarios registrados puedan acceder libremente a los archivos contenidos en dichas áreas. El sistema está controlado por un ordenador central que contiene le directorio de los archivos musicales de los usuarios; aunque los datos se envían a través de Internet, los archivos no están almacenados en la Red, sino en los discos duros de los usuarios de *Napster*. Actúa, pues, como un gigantesco motor de búsqueda⁹¹ donde los usuarios ofrecen sus archivos a toda la Red, de la que ellos también recopilan nuevos ficheros.

De forma esquemática:

⁹¹ Un motor de búsqueda es un *buscador* en Internet; un ordenador cuya capacidad radica en ser un potente rastreador de páginas que crea un archivo acerca del asunto consultado (hay que tener en cuenta que más de siete millones de páginas nuevas aparecen diariamente en Internet). Los buscadores lógicos o *booleanos* se fundamentan en el uso de palabras clave; su mecanismo consiste en ordenar la búsqueda a través de términos unidos por conjunciones: *or* –el buscador sirve todos los documentos que contengan alguna de las palabras clave-, *xor* –situado entre las dos palabras elegidas devuelve toda la información en la que se encuentren los términos seleccionados pero excluyendo los casos en que se encuentren los dos-, *not* –excluye de la búsqueda a todos los documentos que contengan las palabras clave-, y *and* –que selecciona aquellos documentos que incluyan todas las palabras clave-. *Google* se ha convertido en el mayor buscador del mundo: mil trescientos millones de páginas indexadas le avalan. Su secreto está en servir los resultados por orden cualitativo: cuando se hace un rastreo, la primera página que devuelve es aquella que

1º El usuario telecarga el interfaz de *Napster*, un sistema de ficheros musicales.

2º El usuario expone sus ficheros musicales en formato MP3⁹² en el servidor central de *Napster*.

3º Otro internauta pide uno de esos ficheros anunciado en el menú central de *Napster*.

4º El servidor pone en contacto los usuarios “oferente” y “demandante”.

5º El fichero se transmite de PC a PC.

FreeNet, *Gnutella* y *MojoNation*, en lugar de pasar a través de un ordenador central, conectan directamente entre sí a todos los discos duros de cada una de las redes P2P; a diferencia de *Napster*, estas redes son estructuras descentralizadas, fuera de ningún control, lo que las mantiene al margen de persecución legal por parte de empresas o tribunales. Es decir, todos los ordenadores conectados llevan incorporados un programa que les convierte en motores de búsqueda.

Su esquema de funcionamiento sería:

1º Los usuarios cargan en su ordenador el interfaz de *Gnutella*.

2º Un usuario envía una petición de un fichero en el que está interesado.

mayor número de usuarios haya considerado interesante como para incluir una recomendación en su página.

⁹² *MPEG-1 layer 3*, formato de comprensión estándar de audio para distribución de música en Internet. Permite obtener una gran calidad de sonido con ratios de comprensión elevados.

3º Esa petición es analizada por los PCs conectados; si puede satisfacerla, lo hace inmediatamente; si no, reenvía de forma instantánea la petición a otros usuarios.

4º Un usuario que lo tiene ofrece el fichero y lo transmite al demandante.

Filetopia –de *file*, en inglés fichero, y utopía- es un programa de origen español que permite intercambiar todo tipo de ficheros punto a punto que se envían encriptados para proteger el anonimato del usuario. En su versión “2.7” incluye buscador y un sistema de comunicación entre usuarios bajo protocolos seguros. Se trata de un programa dirigido únicamente a empresas pensado para ahorrar costes, lo que se consigue al tener los contenidos repartidos por los ordenadores de la empresa, puesto que pueden compartir su información con los demás. Además, con el P2P es posible la colaboración en un mismo proyecto de usuarios situados en localidades remotas. Integra la tecnología DRM -*Digital Rights Management*- que permite a los autores controlar el tipo de distribución de sus contenidos, tanto en fechas caducidad como en duración⁹³.

Desde la aparición del formato MP3 y el fenómeno *Napster*, las compañías discográficas buscan sistemas que les protejan de lo que

⁹³ Enrique Martín diseñó este programa en el verano de 1998. En su primera versión no incluía buscador, lo que impedía a sus usuarios encontrar los archivos que les interesaban. Cuenta con 112.000 usuarios registrados, con la incorporación de una media de 1.500 personas nuevas al día.

denominan “piratas”. De ahí que la SDMI (*Secure Digital Music Initiative*) esté trabajando en el desarrollo de sistemas anticopia, como las marcas de agua, tecnología de la que hablaremos más adelante y que permite incluir en cada canción –o archivo del tipo que sea– algunos *bits*, imperceptibles para los sentidos humanos, encargados de limitar el número de veces que se puede copiar o indicar qué dispositivos pueden reproducir el archivo, entre otras restricciones.

Estos programas de intercambio gratuito de ficheros están teniendo serios problemas legales: el 26 de julio de 2.000 la juez Marilyn Hall Patel hizo público un mandato preliminar en contra de Napster Inc. ordenando su cierre; sin embargo, la Sala Novena del Tribunal de Apelaciones de los Estados Unidos, puso fin a este cierre dando un plazo a los responsables de *Napster* para presentar una alternativa que preservara los derechos de autor y de las compañías discográficas. Como el 13 de febrero no se hubiera presentado tal solución, la juez Patel ordenó la clausura de este *web* si no se tomaban medidas en 72 horas para evitar el intercambio gratuito entre sus usuarios; se trataba de una medida cautelar a la espera de que se celebre un juicio contra *Napster*. Sin embargo, sus abogados ofrecieron el 2 de marzo un sistema⁹⁴ para bloquear el intercambio de las

⁹⁴ Se trata de unos filtros que impiden el intercambio de canciones bajo el nombre de autores y títulos registrados. Se muestra ineficaz si las canciones han sido guardadas por los usuarios en el disco duro de sus ordenadores con un título modificado ligeramente (algunos escriben los nombres a la inversa); sin embargo, si las compañías discográficas encuentran camuflados bajo títulos inventados temas cuyos derechos poseen, *Napster* se verá obligado a bloquearlos en un plazo de cinco días. Para ello *Napster* ha firmado un acuerdo con la firma *Gracenote* que posee una base de datos CDBD que permite controlar la descarga de los ficheros musicales

canciones de las que no tienen los derechos, lo que ha llevado a la magistrada a ordenar un receso en el juicio. Además, en abril, los responsables de *Napster* comparecieron ante una Comisión Judicial en el Senado de los Estados Unidos para defender su postura y solicitar una legislación específica para la música *online*.

La multinacional alemana Bertelsmann, principal socio de *Napster*, ha desarrollado un programa, bajo el nombre de *Snoopstar*, para buscar archivos musicales a través de Internet que podría sustituir a *Napster* en caso de que los tribunales ordenaran su cierre⁹⁵.

También *Gnutella* podría tener problemas legales en breve en lo que ha distribución de películas se refiere, ya que la *Motion Picture Association of America* (MPAA)⁹⁶ o Asociación de la Industria Cinematográfica de América podría demandarlo por violar la Ley de Propiedad Digital, *Digital Millennium Copyright Act* (DMCA), como ya ha

catalogados por título de canción o autor y sus múltiples variantes; hasta la fecha ya cuenta con doce millones de datos y tiene registradas hasta 140.000 variaciones de 250.000 nombres diferentes de artistas musicales. Sin embargo, los usuarios ya ha conseguido burlar los primeros filtros con programas como el *Pig Encoder*, que cambia el orden de las letras a fin de que los controles no reconozcan los registros vetados. Fuentes: *nov@tec*, 20.12.00; *El Mundo*, 22.2.01 y 7.3.01; *ARIADN@*, 8.3.01 y *tecnologik@*, 22.3.01.

⁹⁵ Un día antes de esa última comparecencia ante el Senado, Bertelsmann había anunciado el lanzamiento de *MusicNet*, un *Napster* de pago con el respaldo de AOL Time Warner, y EMI Recorded Music. Sony Music y Universal Music, de Vivendi, con *PressPlay* (antes *Duet*) y Microsoft con *MSN MusicSite* han anunciado ya sitios similares. Esta última comenzará como emisora de radio *online* entre cuyos contenidos estará la música; más adelante se podrán realizar las suscripciones y las descargas de archivos en el PC del usuario suscriptor.

⁹⁶ Integrada, entre otros, por Walt Disney, Sony Pictures Entertainment, Metro-Goldwyn-Mayer, Paramount Pictures, Twentieth Century Fox, Universal Studios y Warner Bros.

hecho con otras compañías⁹⁷. La dificultad estriba en que, a diferencia de estas, *Gnutella* –como se explica anteriormente- no facilita un punto central a través del que la gente se pone en contacto. En su lugar, los sistemas de *Gnutella* se comunican a través de una gigantesca cadena *daisy* de ordenadores individuales, sistema que facilita la conexión de un número de dispositivos a través del canal SCSI; de ahí que la MPAA tenga que acudir a los ISP (*Internet Service Provider*)⁹⁸ para demandar a los infractores. Además, el intercambio de películas no está tan extendido como el de ficheros musicales, puesto que las películas requieren un mayor ancho de banda y en algunos casos su descarga supone varias horas.

Napster no es el único fenómeno que hace de Internet –en expresión que recogíamos anteriormente de Echeverría-, como lo es cualquier calle de una ciudad, una forma de intercomunicación descentralizada, horizontal, multidireccional e interactiva. El denominado comercio universal o *u-commerce* es una modalidad de comercio en que los objetos –a través de *chips* y microprocesadores-

⁹⁷ Scour, iCraveTV.com, y RecordTV.com. Fuente: *tecnologik@*, 26 de abril de 2.001.

⁹⁸ Denominados también IAP (*Internet Access Provider*), son empresas y organizaciones que ofrecen acceso a Internet, además de otros servicios relacionados denominados OSP (*Online Service Providers*), como correo electrónico y hospedaje de páginas *web*. Tienen una línea de comunicaciones dedicada conectada permanentemente a Internet para que sus usuarios puedan acceder a ella. Estos comunican por línea telefónica, mediante un módem, con el ISP que, tras comprobar su identidad mediante una clave y una contraseña, concede el acceso a la Red.

tienen la posibilidad de comunicarse⁹⁹ y que se caracteriza por ser continuo y participar en todas las etapas de la economía. Aglutina todas las fórmulas de negocio conocidas: *e-commerce*, *m-commerce*, *t-commerce* o *d-commerce* (comercio directo)¹⁰⁰. La esencia del *u-commerce* viene definida por sus cuatro características: universal, ubicuo, único y unísono.

Actualmente, la imposibilidad de acceder a la Red desde cualquier lugar y las incompatibilidades de estándares en las redes condicionan el uso de teléfonos móviles, las agendas electrónicas -PDAs- o los ordenadores portátiles. La universalidad subsanará estas diferencias permitiendo al usuario conectarse a Internet de forma continua desde cualquier lugar del mundo. Los problemas de estándares se han solucionado dando mayor potencia a los microprocesadores y la dificultad de los lenguajes informáticos se ha solucionado con el lenguaje binario, que es como se comunican los ordenadores.

Con la ubicuidad nos referimos a que los ordenadores están integrados en todos los utensilios y objetos de uso cotidiano -lavaplatos, agendas, coches- que al utilizar microprocesadores permitirán

⁹⁹ Por ejemplo: un camión de reparto pasa frente a una tienda y el conductor recibe en su agenda electrónica un mensaje de una de las neveras de refrescos que le advierte de que faltan bebidas. Una persona entra en el aeropuerto y al encender su móvil le aparece el mensaje informándole del retraso de su vuelo o de la puerta de embarque.

¹⁰⁰ Visa, Sun Microsystems y Cisco System explotan la plataforma *Direct Exchange*, una red de pago privada que permitirá gestionar hasta 60 millones de diferentes modalidades de pago *online* cada hora, bajo la premisa de que el usuario accederá a la red en cualquier momento, desde cualquier dispositivo y a través del sistema o modalidad que prefiera. Fuente: *ganar.com*, abril de 2.001.

multiplicar la inteligencia, aplicaciones y utilidades de estos dispositivos¹⁰¹.

Sin embargo, no todas las personas acceden a Internet al mismo tiempo, ni buscan las mismas cosas, ni se conectan siempre desde el mismo dispositivo. Por ello, la unicidad presupone la adaptación de los contenidos y la personalización del servicio en función del contexto que rodea al usuario¹⁰².

Unísono se refiere a la integración y el entendimiento entre los diferentes dispositivos, que se verá facilitada por las tecnologías como *Bluetooth*¹⁰³ y *Rfid* –dispositivo de identificación por radio frecuencia-. Las principales ventajas de estas tecnologías de radio frecuencia son su bajo coste y las posibilidades que ofrecen dentro de los entornos inalámbricos, de forma que una persona pueda conectar sin necesidad

¹⁰¹ En 2005 habrá 96 millones de usuarios estadounidenses conectados a Internet desde dispositivos móviles. El 78% lo hará a través de teléfonos móviles, mientras que el resto –21'1 millones- lo hará desde otros dispositivos inalámbricos. Fuente: Jupiter Media Matrix, abril de 2.001.

¹⁰² Así, si se conecta desde un teléfono móvil podrá recibir las noticias en formato de texto, mientras que si accede desde su ordenador, las podrá recibir en vídeo y audio. Igualmente, si se conecta un domingo desde su casa querrá conocer los resultados del fútbol, mientras que si lo hace desde su oficina el lunes por la mañana, será información deportiva lo que demande.

¹⁰³ Interfaz de radio de bajo consumo y bajo coste entre los teléfonos móviles y sus accesorios para la transmisión de voz y datos. Aunque de momento el alcance de las transmisiones es de 10 metros, este año 2.001 se venderán 11 millones de dispositivos con esta tecnología por un valor de 2.500 millones de dólares. Fuente: Frost & Sullivan, abril de 2.001.

de cables su ordenador portátil, impresora, agenda electrónica, teléfono móvil o televisor dentro de un espacio determinado¹⁰⁴.

Pese a todo, las posibilidades del *u-commerce* se verán frenadas hasta que no se solventen de forma definitiva las dificultades que ocasionan las diferencias de estándares y los retrasos en la integración.

¹⁰⁴ Por ejemplo, si un usuario añade un teléfono a su agenda electrónica, también quedará grabado en su teléfono móvil o en la agenda de su ordenador portátil.

2.3 El papel creciente de Internet en los medios.

Una muestra del papel creciente que Internet está adquiriendo para los medios de comunicación tradicionales es que, en lugar de competir con las ediciones electrónicas, la mayoría de los periódicos de Europa han decidido unirse a ellas. Los editores diversifican los servicios interactivos, con miras a ampliar e internacionalizar sus lectores¹⁰⁵.

De todos los medios de comunicación, precisamente el que antes y mejor se ha integrado en las nuevas tecnologías -especialmente en la Red- ha sido la prensa escrita. Actualmente la confección de un periódico es digital desde el principio hasta el final, pese a que en

¹⁰⁵ Según un estudio efectuado en Francia por *Mèdiangles*, el 30% de las visitas que reciben las ediciones digitales proceden del extranjero.

última instancia los *bits* se conviertan en átomos¹⁰⁶. Pero esto ha cambiado con el periodismo electrónico, al recibir en el ordenador esos *bits* es el usuario el que decide convertirlo en átomos a su medida y según sus preferencias de papel, color, tamaño, letra, etc.

Para algunos analistas, en las próximas décadas -según el profesor Soria sólo hasta el año 2020- convivirán los diarios impresos y los digitales¹⁰⁷. Para otros serán complementarios. Según los primeros, los avances tecnológicos y los altos costes del papel y de la distribución harán desaparecer el periódico tradicional impreso; afirman que, de hecho, el 16 % de los lectores de diarios en Internet en los Estados Unidos han dejado de leerlos en papel, lo que supone una pérdida de 80 millones de lectores; además, los lectores de prensa comprendidos entre los 19 y 31 años han descendido del 30% al 12% del total de su audiencia.

¹⁰⁶ El proceso que se sigue hoy día en la elaboración de un periódico empieza por el texto que se escribe en el ordenador; el reportaje se envía por correo electrónico; las fotos se digitalizan y también se transmiten por cable; y la paginación se realiza mediante sistemas de diseño asistido por ordenador, que preparan la información para transferirla a una película o para grabarla directamente en planchas. Es decir, toda la concepción y elaboración del periódico es digital, desde el principio hasta el final, momento en que la tinta se vierte sobre el papel. Es aquí, al final del proceso, donde los *bits* se convierten en átomos. Cfr. Negroponte, N.: *El mundo digital*. Barcelona, 1995, pág. 76.

¹⁰⁷ No estamos de acuerdo con Terceiro cuando afirma que esta convivencia supondrá el uso más superficial y espontáneo del periódico impreso con el más premeditado y profundo, vía hipertexto, del digital (Cfr. Terceiro, José B.: *Sociedad Digital. Del homo sapiens al homo digitalis*. Madrid, 1996, pág. 173). Estamos más próximos a Idro Montanelli para quien en el futuro leer un periódico impreso será señal de distinción (en mayor medida todavía que en la actualidad, cabría añadir).

Para los segundos¹⁰⁸ la sobreabundancia de información en la Red y la escasez de tiempo de la audiencia, constituirán el principal problema para la prensa electrónica; ello unido a que estiman que los avances tecnológicos irán mas despacio de los que se cree y, así, lo que la tecnología permita no se corresponderá con las demandas de la sociedad. Afirman que, de igual forma que ni la radio ni la televisión acabaron con los periódicos y los libros hace unas décadas, tampoco podrá hacerlo ahora Internet. Al contrario estiman que la prensa escrita puede recibir un impulso. Se basan en que, pese al descenso generalizado de la difusión y el número de cabeceras, hay actualmente en la Unión Europea 1.321 periódicos, de los cuales la mitad están presentes en Internet. Según la Asociación Mundial de Periódicos, en 1999 eran 632 los diarios europeos que mantenían ediciones electrónicas. Encabezaban la lista Alemania (120), España (40) y Escandinava (Noruega, 53; Suecia, 70 y Finlandia, 40)¹⁰⁹. Las revistas parecen menos interesadas en la Red; esto quizá se deba a la relación más directa de los diarios con la actualidad candente.

Pese a todo, algunos editores de la prensa diaria todavía temen que la actualización continua en la Red pueda fagocitar la versión

¹⁰⁸ De Laubier, C.: *La presse online en Europe*.

¹⁰⁹ Fuente: World Association of Newspapers, 1999.

impresión de sus periódicos; otros, sin embargo, son más optimistas a la vista de los primeros resultados¹¹⁰.

Para incrementar su audiencia y evitar duplicidades los editores de periódicos digitales evitan cada vez más la mera transcripción de la versión en papel. Es el caso, por ejemplo, de *The Times* y *The Sunday Times* en Estados Unidos¹¹¹. En Europa, el diario sueco de mayor difusión, *Aftonbladet*, ha sido uno de los primeros –junto con el irlandés *The Irish Times*– en ofrecer ya desde 1994 unos contenidos más amplios en la Red que en la versión impresa con actualización permanente de noticias, debates en directo –conocidos como *chats*–, reportajes audiovisuales y difusión directa de los despachos de las agencias de noticias. Las características técnicas de Internet permiten también a las ediciones digitales diferenciarse de las versiones impresas y obtener un mayor rendimiento económico mediante la venta de productos derivados como recopilaciones de artículos, anuarios o estudios, y de otros servicios como viajes, discos, o entradas a espectáculos.

¹¹⁰ Aunque *The Wall Street Journal* perdió algunos miles de suscriptores de la versión impresa, más del 60% de los lectores de la versión electrónica no lo hacían antes en papel. Eso pese a que este diario financiero norteamericano es, desde 1996, uno de los pocos periódicos electrónicos de pago. Por el contrario, la mayoría de las cabeceras del mundo han optado por la gratuidad, con el fin de generar un volumen de tráfico de visitas atractivo para los anunciantes.

¹¹¹ El grupo Murdoch ha creado *News Network*, una filial que se encarga de todos los aspectos técnicos de la producción electrónica, lo que permite a los periódicos concentrarse puramente en los contenidos. Gracias a eso por primera vez, las versiones electrónicas de *The Times* y *The Sunday Times* tienen unos contenidos más amplios que sus ediciones impresas.

Los primeros diarios electrónicos que se introdujeron en Internet fueron estadounidenses; el pionero fue el *Mercury Center* al que inmediatamente siguieron al *Wall Street Journal*, *Washington Post* y *New York Times*. En España los primeros que se incorporaron, en 1994, fueron los diarios catalanes *El Periódico de Cataluña*, *Avui* y *La Vanguardia*, a los que posteriormente siguieron los madrileños *El Mundo*, *ABC* y *El País*, y un buen número de diarios regionales.

El nuevo formato es la ventaja más destacada de toda publicación electrónica, que facilita navegar por una gran cantidad de información gracias a un sencillo sistema de búsquedas, compuesto por los índices y menús jerárquicos, despuntando como aportación más novedosa los enlaces hipertextuales. Estos enlaces ayudan a moverse por todo el texto y realizar búsquedas a la medida. Otra de esas ventajas es facilitar la información en tiempo real: según el redactor acaba de escribir su texto, este aparece en la sección correspondiente de periódico y el lector puede comenzar a leerlo en su pantalla. Esto permite mantenerse informado en todo momento al igual que en una agencia de noticias ya que, según se van sucediendo los hechos, los periodistas actualizan las noticias.

Pero lo que supone ya la mayor innovación del periodismo electrónico es lo que comúnmente se ha denominado “periódico a la carta” y, más técnicamente, se designa como personalización de los contenidos: el advenimiento de la *self-communication* frente al ocaso de la *mass-communication*. Cualquier usuario puede confeccionar para sí

mismo un periódico digital; el grupo de profesionales encargados de elaborar el periódico personalizado analizará, contrastará y seleccionará las informaciones que haya solicitado el lector elaborándolas a partir de las recogidas de medios de comunicación y bases de datos de todo el mundo. De forma que los medios dejarán de informar sobre *noticias* de interés general, propias de la *mass-communication*, y se convertirán en proveedores de *datos* de interés particular, satisfaciendo el individualismo propio del la *self-communication*.

Internet también cambiará el hábito de ver la televisión¹¹², y encaminará a la audiencia hacia una televisión más inteligente y activa. Una televisión que se adapte a sus necesidades. La interactividad permitirá participar, intercambiar y modificar la información¹¹³.

La tecnología llamada Open TV¹¹⁴ permite acceder a Internet y enviar y recibir correo electrónico a través del televisor; incluye el servicio *Spyglass Prism* que se basa en un servidor que reorganiza y reformatea el contenido *web* estándar de manera que sea visualizable a través de los descodificadores o *Set Top Box* (STB), teléfonos móviles y

¹¹² La primera emisora en introducirse en la red fue la CNN, que con un diseño sencillo y atractivo ofrece páginas actualizadas minuto a minuto con noticias agrupadas en diez secciones temáticas.

¹¹³ En 2.005 habrá 625 millones de personas en el mundo con acceso a servicios interactivos a través de televisión (Fuente: *Strategy Analytics*). En España el 16% de los hogares está abonado a plataformas digitales; en 2.004 superará el 30%. En el total de la UE, el 45% de europeos tendrán acceso a la televisión digital en 2.005 (Fuente: *Datamonitor*).

otros dispositivos distintos a los ordenadores personales. Así se supera uno de los problemas que planteaba la navegación a través de la televisión: reconocer los mismos estándares utilizados en el PC, como formatos *Flash* o *Aplet* de Java.

Mediante esta tecnología la señal se recibe en un STB que permite no sólo el acceso y navegación por Internet y correo electrónico, sino también enviar mensajes a teléfonos móviles y seguir viendo simultáneamente los programas de televisión, incorporar una tarjeta bancaria que permite el pago de las compras realizadas a través de Internet, los programas de pago o la realización de operaciones financieras. Todo ello es posible porque la señal de respuesta a los servicios interactivos se realiza telefónicamente, de ahí que los STB lleven incorporados un módem, normalmente de 56 K.

También es frecuente que los usuarios reciban un mando a distancia, que funciona como un ratón, y un teclado inalámbrico que permite navegar, escribir, enviar y recibir correo electrónico¹¹⁵.

El principal inconveniente que presenta actualmente el acceso a Internet por televisión es que los STB no disponen todavía de disco duro y las soluciones que aporta son cerradas. No es posible descargar

¹¹⁴ En España Vía Digital y Quiero TV utilizan esta tecnología. Ultimate TV, en EE.UU., integra el acceso a Internet con la programación de Directv -más de 200 canales vía satélite- y múltiples servicios de televisión interactiva.

¹¹⁵ Freedomland ITN, primera compañía de acceso a Internet por televisión, ofrece además una tarjeta electrónica, *smart card*, que almacena la información del usuario y actúa como llave de acceso al portal, que es de uso exclusivo para sus clientes. Fuente: *ARIADN@*, 15 de marzo de 2.001.

programas a voluntad o seleccionar otro *software* para gestionar el correo electrónico o un nuevo navegador.

Una de las nuevas posibilidades que ofrece el acceso a Internet a través del televisor es el llamado *t-commerce*, que se define como el conjunto de procedimientos técnicos y operativos que permiten a un usuario enviar una orden de compra de productos o servicios publicitados a través de la pantalla de su televisión, usando para ello el mando a distancia u otro accesorio conectado al terminal de televisión, como un teclado; es decir, el usuario utiliza la televisión como un sistema de acceso a servicios de comercio electrónico¹¹⁶.

Pero como la televisión es un medio en el que toda la inteligencia se halla en el punto de emisión, en vez de pensar que el próximo avance tecnológico sea aumentar su resolución, mejorar el color o recibir más programas, ha de preverse como un cambio en la distribución de la inteligencia o, mejor dicho, como el traslado de una parte de la inteligencia desde el emisor al receptor. Si el televisor no se recicla en aparato inteligente y sólo emite mejores imágenes cada vez, puede ceder espacio frente el ordenador personal¹¹⁷. La optimización de la información y del entretenimiento que asegura el ordenador hará que filtre, seleccione, priorice y maneje la información y que, a la vez,

¹¹⁶ Planeta 2.010 ha lanzado dos plataformas de televisión interactiva que incorporan desarrollos de *t-commerce*: geoPlaneta, ocio y viajes, y Beca, entretenimiento didáctico y formación. Las aplicaciones pueden implementarse en todas las plataformas: terrestre digital, satélite y cable. Fuente: *ARIADN@*, 15 de marzo de 2.001.

¹¹⁷ Negroponte, N.: *Op. cit.*, págs. 34 y 67.

ofrezca una producción personalizada. La televisión interactiva no es de momento rival para el PC a la hora de navegar ni comprar y tampoco parece que lo vaya a ser a medio plazo¹¹⁸.

Sin embargo, es más que probable que la integración de Internet en el televisor, a través de diversos tipos de dispositivos, cambie esta tendencia; además parece que el futuro vendrá marcado por la convergencia de diferentes tipos de empresas cuya asociación proporcionará al consumidor todo lo que necesita. Los proveedores de servicios de Internet (los ISP) y los de contenidos podrían llegar a acuerdos entre sí e, incluso, emplear la tecnología de terceros¹¹⁹ para que el usuario tenga un único dispositivo como centro de entretenimiento.

En lo que respecta a la relación de la radio con la Red, un equipo mínimo es suficiente para acceder desde un ordenador personal a miles de emisoras de todo el mundo, muchas más de las que se pueden captar con un receptor convencional¹²⁰: información¹²¹ y música¹²²,

¹¹⁸ Las previsiones de ingresos en 2.000 de los minoristas *online* europeos por ventas a través de ordenador son de 8.459 millones de euros; mientras que por televisión interactiva, sólo de 84 millones. Para 2.005 las previsiones son de 141.059 millones frente a 27.996 millones, respectivamente. Fuente: Forrester Research, octubre 2.000.

¹¹⁹ *Sony* con su consola *PS2* o *Microsoft* con la *Xbox*.

¹²⁰ Sólo la *web* de *live-radio.net* ofrece vínculos a 3.500 estaciones, tanto convencionales como puramente digitales, de un centenar de países. También *ilgradio.com* y *broadcast.com* ofrecen enlaces similares. Otro sitio interesante y periódicamente actualizado es *internetradiolist.com*.

¹²¹ *euromixonline.com* es un servicio de la Red de Radios Europeas que difunde permanentemente programas realizados en dieciocho idiomas. El propósito es

como venía siendo habitual en este medio, y posibilidades interactivas¹²³, como novedad, son algunas de las opciones que ofrece. Pero sobre todo, Internet se ha convertido en un gran aliado de la radio digital ante el alto precio de los receptores digitales actualmente en el mercado. La tecnología DAB se asienta sobre el mismo “idioma” que los ordenadores¹²⁴, de ahí que estos sean una excelente plataforma para escuchar la radio digital¹²⁵.

presentar lo mejor de la radio europea de calidad, mediante una combinación de informativos y programas culturales y de variedades.

¹²² La música está presente a través de una serie de radios que sólo transmiten en Internet. Por ejemplo, *operaradio.com* ofrece ocho emisoras de ópera y música clásica en general, que abarcan desde la retransmisión de conciertos hasta la difusión de antiguas grabaciones de Caruso. Los servicios interactivos de esta *web* permiten, por ejemplo, acceder a una serie de datos sobre el compositor y la grabación de las piezas transmitidas en cada momento. También los otros géneros musicales están presentes en la red: *noproblemo.com* difunde exclusivamente en Internet una selección de soul y *hip-hop* francés; las estaciones californiana *klon.org* y la británica *jazzfm.com*, jazz; y *artlibitum.com* difunde las 24 horas del día música *techno*, *house*, *drum & bass* y *jazz* desde su sede en una agencia neoyorquina de diseño.

¹²³ La radio israelí *irne.com*, permite al oyente la posibilidad de explorar sus archivos musicales para elaborar una lista personalizada, que una vez preparada se puede modificar y escuchar cuantas veces se quiera. El usuario, además, puede ofrecer acceso directo a su selección musical desde sus páginas personales.

¹²⁴ La compañía The Audio Mill distribuye una aplicación para sintonizar con las radios de Internet y grabar sus emisiones y canciones. Fuente: *ganar.com*, abril de 2.001.

¹²⁵ Sin embargo, la compañía IMNetworks ha firmado un acuerdo con la holandesa Phillips para incluir conexión vía Internet a emisoras de radio en equipos convencionales. Una posibilidad que, según los analistas, llevaría la Red a una nueva audiencia que accedería a ella de la misma manera que una emisora por radiofrecuencia.

Internet facilita una radio interactiva: se participa a través de correo electrónico; el usuario puede seleccionar los programas para escucharlos en el momento que prefiera –radio a la carta-; también entra a las noticias de última hora con sonido texto e imágenes y a las del tiempo o la bolsa; y si quiere envía mensajes directamente a cada espacio de la parrilla de programación. Y para los anunciantes, como veremos a continuación, será un buen escaparate ya que en menos de diez segundos los “oyentes” pueden estar visitando su sitio *web* y comprobar de qué les están hablando; es una publicidad con resultados inmediatos.

La publicidad, por tanto, también se verá afectada por Internet¹²⁶: impactar, proporcionar información e interactuar con el cliente son sus objetivos.

Por tanto, los formatos publicitarios cambian y adoptan nuevas formas como el *banner*, el modelo de anuncio más extendido en Internet. Se trata de un faldón publicitario interactivo fijo en un lugar destacado del *web*, generalmente en la parte superior de la página de extremo a extremo, aunque los hay de menor tamaño; aunque no es la elección más imaginativa, permite a los anunciantes copiar la campaña hecha en prensa. Además, a pesar del valor relativo que contienen en

¹²⁶ En 2005 el volumen mundial de negocio del mercado de la publicidad *online* se situará en 28.000 millones de dólares (5,15 billones de pesetas) Se prevé además que alrededor del 6% de la facturación del sector publicitario corresponda a Internet. Fuente: *Jupiter Communications*, octubre de 2.000.

términos de comunicación, es el medio idóneo para dar a conocer las marcas y sus contenidos de una manera clara e inconfundible, con el valor añadido de que no es percibido por el usuario de Internet como publicidad propiamente dicha, sino como un tipo más de información y como un enlace de acceso a los sitios de los anunciantes.

El “botón publicitario” es una forma de publicidad electrónica desplegable: pequeño formato cuadrado variación del *banner* que suele colocarse en un lateral de la página.

El *pop-up* es otra de estas modalidades, y consiste en una ventana publicitaria que salta al entrar en una página *web* sin que el usuario lo haya pedido.

El *layer* es un botón a modo de *pop-up* que puede moverse por la pantalla para llamar la atención.

El “cursor animado” es otro reclamo publicitario que introduce mensajes o animaciones del anunciante en sustitución del cursor del usuario.

El *microsite* es un pequeño sitio *web* dedicado íntegramente a la transmisión del mensaje publicitario. Suele contener imágenes y características de productos y servicios.

Interstitial es el anuncio que a toda pantalla interrumpe la retransmisión de determinados eventos como *chats* o partidas de videojuegos.

Advertorial es el formato publicitario contratado con apariencia de documento informativo.

“Palabra clave” es la contratada por los anunciantes en los buscadores para que, cuando el usuario introduzca ese término, el buscador muestre la referencia correspondiente al sitio *web* del anunciante.

Quick link, por último, es el enlace que permite trasladarse muy rápidamente. Suele ser una palabra que figura resaltada en una página *web* y que, tras “clicar” sobre ella, lleva a otro sitio *web* o a un *microsite* relacionado.

Por otra parte, la imagen de marca y la eficacia de las campañas se seguirán midiendo como hasta ahora: mediante sondeos, para establecer la repercusión en los consumidores¹²⁷. Sin embargo una de las grandes ventajas de la publicidad en Internet es que el anunciante puede en todo momento controlar la evolución de la campaña y sustituir un *banner* si no está siendo suficientemente eficaz ya que se utilizan programas que permiten seguir el resultado en tiempo real de las campañas publicitarias mediante completos informes¹²⁸.

Pero en realidad, muchas de las mediciones que se están llevando a cabo en estos primeros tiempos de Internet se consideran sesgadas o inexactas. Por ejemplo, el número de accesos o *hits* que recibe un *web* no puede considerarse una medida de su audiencia. Cada archivo

¹²⁷ Para alcanzar un grado de reconocimiento de marca superior al 80 % los portales españoles deben realizar una inversión de más de 1.000 millones de pesetas. Fuente: ARIADN@, 15 de febrero de 2.001; entrevista a Carlos Ochoa, de “baquía.com”.

¹²⁸ Fuente: *adLINK Internet Media*.

gráfico o de texto descargado por un visitante cuenta como un *hit*. Por tanto, una sola visita a una página que entre textos e imágenes se compone de un total de diez archivos cuenta como diez *hits*. Así pues, los *hits* no resultan particularmente fiables como unidad de medida.

Pero también el recuento de páginas induce a error, debido a la extendida práctica del *caching*, por la que los proveedores de acceso a Internet descargan enteros los *webs* de mayor popularidad y los almacenan en sus sistemas. Así, los usuarios de tales proveedores pueden acceder infinidad de veces a las páginas descargadas, sin que el *web* original registre el menor movimiento.

Por un momento se pensó que la solución para medir la eficacia de la publicidad en la Red sería el índice de cliqueo o *clickthrough*, basado en el número de internautas que pinchan los anuncios para obtener más información, pero también tiene sus inconvenientes ya que no mide el grado de recuerdo.

En resumen, las auditoras especializadas¹²⁹ aplican cuatro metodologías para la medición de audiencias en Internet: encuestas a posteriori, encuestas *online*, archivo *log* y panel de usuarios.

¹²⁹ En España operan las nacionales OJD y AIMC –Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación–, responsable del EGM, y las foráneas Media Metrix, NetValue y Nielsen//NetRatings.

Las encuestas a posteriori, como toda investigación basada en el recuerdo, encuentra su principal inconveniente en que depende demasiado de la memoria de los encuestados y de su sinceridad.

Las encuestas *online* también tienen un inconveniente: únicamente participan usuarios de Internet, por lo que sus resultados suelen ser muy optimistas al tratarse de una población ya muy familiarizada con el medio; además, la encuesta sólo aparece en los *webs* afiliados a la auditora que promueve la iniciativa, reduciéndose también el universo de participantes.

El archivo *log* basa sus resultados en registros que graban las empresas en un archivo de este tipo¹³⁰; sin embargo, este registra la entrada de las máquinas a una página, no las de los usuarios y puede contar dos veces una página con *frames*¹³¹ y como una visita la entrada de un robot buscador o *spider*¹³², por ejemplo. Por tanto, para asegurar

¹³⁰ Archivo en el que se almacenan todos los eventos ocurridos en un sistema informático. En Internet, el análisis del *log* permite obtener una información detallada de los hábitos de los usuarios, las páginas más visitadas, zonas de las que proceden, número de páginas descargadas, etc.

¹³¹ Separación de una misma página *web* en dos o más secciones HTML independientes. Cada una de ellas se llama *frame* y puede actuar por separado. Lo más habitual es colocar a la izquierda de la pantalla un índice de los temas del sitio *web* y, al ir pulsando, van cambiando las páginas de la zona de la derecha. Tiene dos ventajas: se tiene permanentemente presente el índice y se reduce el tiempo de descarga.

¹³² Motor de búsqueda que comienza en una página *web* y, además de acceder a cada *link* visitando las páginas enlazadas, va revisando todas las páginas de Internet. Almacena todas las URL (*Uniform Resource Locator*) –direcciones donde están alojadas– visitadas y las introduce en una base de datos, donde las indexa a partir de palabras clave presentes en la página o de todas las palabras que aparecen.

su fiabilidad se necesita un proceso de depuración de datos que realizan auditoras externas.

El panel de usuarios fundamenta sus datos en una muestra aleatoria de la población, por lo que su fiabilidad dependerá de la rigurosidad con que seleccione a los participantes. Este sistema de medición de audiencias extrae los hábitos de navegación de una muestra representativa de usuarios y sus datos se extrapolan a toda la población: se distingue de los métodos anteriores en que mide *in situ* el comportamiento de las personas ante la Red, permitiendo conocer perfiles sociodemográficos, tiempo invertido en la lectura de una página o *banners* vistos.

Para obtener estos datos la compañía de medición de audiencias instala en el ordenador del usuario un programa informático que extrae sus hábitos de navegación y los envía a la auditora para que los procese; este programa también se instala en el ordenador del analista auditor para identificar al usuario y registrar esos hábitos así como el uso de otras utilidades *online*, como el *chat*, correo electrónico, etc.

Por lo que queda dicho de estas metodologías, si se quiere conocer realmente cómo es la audiencia de un *web* lo mejor será combinar los resultados de las distintas metodologías¹³³.

¹³³ Fastinfo, asociación que engloba a los principales estamentos publicitarios estadounidenses, ha revelado que existen deferencias de hasta un 300 % entre las mediciones basadas en el archivo *log* y aquellas extraídas de un panel de usuarios. Fuente: *ganar.com*, enero de 2.001.

La audiencia en Internet también tiene sus unidades de medida: los visitantes únicos, que permiten conocer en términos cuantitativos el universo de la población que sigue unos servicios; las páginas vistas, que indican el grado de interés de los visitantes; la proporción de páginas vistas por visitante único; y el magnetismo, o tiempo que cada usuario pasa ante una página.

En cuanto a la planificación *online* de medios, las empresas especializadas son conocidas como “redes publicitarias”. Son compañías que llegan a acuerdos con *webs* para gestionar sus espacios publicitarios, casi siempre en exclusiva. Incluso algún grupo multimedia¹³⁴ ha puesto en marcha un servicio de mini campañas publicitarias para particulares por el que cualquier usuario particular puede promocionar su producto en Internet.

El sistema está diseñado para que cualquier persona sin excesivos conocimientos de Internet pueda crear en pocos minutos su propia campaña. A través de un sencillo formulario el usuario toma decisiones tales como calendario de la campaña, ubicación de los *banners* o sitios *web* del grupo donde quiere insertarlos. Es otra forma

¹³⁴ El *Grupo Zeta* a través de su división *Zeta Digital*, encargada de gestionar los contenidos del grupo en Internet. El precio oscila entre 10.000 y 25.000 ptas. por campaña, y el coste por impresión está en torno a las cinco pesetas; el pago se realiza también *online*. Permite anunciarse únicamente en medios del Grupo Zeta, y el usuario es quien diseña el *banner*. El control de impactos de la campaña se puede realizar mediante DART, programa utilizado por muchas de las empresas del ramo y que sirve para proporcionar estadísticas actualizadas en tiempo real sobre la campaña.

de comunicación interactiva, de universalizar el acceso a la información, convirtiendo al receptor en fuente de la información.

Una forma de “red publicitaria” son los servidores de anuncios¹³⁵, sistemas que colocan los anuncios electrónicos en el sitio adecuado en el momento preciso. Buscando la eficacia publicitaria acuden a la segmentación del mercado, hoy posible gracias a las tecnologías de gestión del espacio publicitario. Los informes de resultados que emiten permiten corregir los fallos de las campañas cuando aún están en marcha y algunos, incluso, analizan el comportamiento del usuario cuando, tras pinchar en el *banner*, se mueve por la página del anunciante.

Estos servidores ayudan a las páginas, y por tanto a los anunciantes, a conocer los datos del usuario que servirán para dirigir la campaña hacia objetivos concretos. Los archivos que el sistema deja en el ordenador del internauta permiten saber, por ejemplo, el país de conexión, la fecha y la hora, el sistema operativo y el navegador utilizados o el número de veces que el usuario ha visto el mismo *banner*. Si el *web* dispone además de una base de datos, la aplicación puede manejar información tan útil como el sexo, la edad o la ocupación del visitante. Una tercera fuente de personalización son las

¹³⁵ Tres multinacionales y sus respectivos productos operan en España: *Dart* (siglas de la traducción al castellano de las palabras clave “segmentación”, “informes” y “publicidad dinámica”) de DoubleClick; *Open AdStream*, de Real Media; y la versión europea de *AdForce*, la tecnología desarrollada por AdTech para Estados Unidos. Fuente: *ganar.com*, marzo de 2.001.

preferencias que demuestra el propio usuario cuando solicita información en buscadores mediante palabras clave. Con todos estos datos el servidor de anuncios puede enviar el anuncio que más se ajuste a los intereses de ese usuario¹³⁶.

Además, las agencias publicitarias pueden saber si el usuario sólo accede al *banner* o acaba por comprar el producto del anunciante, y también modificar las campañas en menos de una hora. Los *webs*, por su parte, tienen acceso a una gran variedad de informes sobre la administración de su espacio; incluso algunos de estos sistemas asignan una sola *cookie*¹³⁷ a cada cliente, de manera que la información de los usuarios de cada *web* se registra en bancos de datos independientes.

Importante también es para los medios aprovechar las sinergias que Internet genera con respecto al denominado *e-commerce* o comercio electrónico. Como el modelo de gratuidad se afianza cada vez más en Internet y es probable que los ingresos publicitarios no sean suficientes para financiar las *webs*, los medios de información tendrán que

¹³⁶ Se trata de una forma involuntaria de interactividad: el destinatario de esa información, a veces sin saberlo, proporciona unos datos que le convierten en fuente.

¹³⁷ Archivo con muy poca información enviado por un sitio *web* para que se almacene en el disco duro del usuario. Permite al sitio *web* identificar al usuario, seguir su trayectoria durante la visita para conocerle mejor y poder ofrecerle información más personalizada. Puede también conocer el sistema operativo, identificar la última página visitada, conocer el navegador del usuario, guardar la información de registro y acceso a un sitio *web*, etc. Cada vez que el usuario entre en ese sitio, las *cookies* indican al servidor que este ya ha entrado antes. Existe la posibilidad de que el usuario las rechace.

sustituir los ingresos directos, aportados por el usuario, por ingresos derivados del comercio electrónico de bienes y servicios¹³⁸. Una manifestación de esta tendencia es la llamada “información de utilidad”, en línea con el principio de las *news you can use* de norteamericanos y británicos¹³⁹.

Los editores también intentan aprovechar las sinergias entre los medios para lo que tienden lazos editoriales a través de la Red, por encima de las fronteras nacionales¹⁴⁰.

¹³⁸ Este modelo económico triunfa en los Estados Unidos donde, por ejemplo, *The New York Times* ha establecido acuerdo de comercio electrónico con *Amazon* y *Barnes & Noble*. Al pie de las críticas literarias aparecen vínculos directos con los sitios de las librerías, que abonan al periódico en torno al 10% de la facturación realizada por este medio.

¹³⁹ El diario *Ouest-France*, el primero de Francia en el ámbito regional, ha creado *Maville*, servicio dirigido a una quincena de ciudades del oeste de Francia, en el que las noticias locales conviven con la información práctica y las tiendas virtuales.

¹⁴⁰ *Le Monde* tiene acuerdos de colaboración con el diario italiano *La Stampa* y con *El País*. Además el periódico francés presentó hace dos años a la Comisión Europea un proyecto de *web* educativo elaborado con el belga *Le Soir* y el británico *The Times*. Por su parte, el periódico financiero italiano *Il Sole 24 Ore* ha lanzado el proyecto *Winds*, publicaciones temáticas en varios idiomas.

3. DERECHO DE RECTIFICACIÓN. PRINCIPIOS INSPIRADORES

3.1 Definición. Antecedentes históricos. Diversidad terminológica.

a) Definición.

En cuanto a la definición del derecho de rectificación el TC ya se ha pronunciado en una sentencia a la que da el carácter de “definición jurisprudencial”; esta sentencia sienta las bases de lo que debe considerarse el ejercicio de tal derecho; así para el TC el derecho de rectificación “consiste en la facultad otorgada a toda persona, natural o jurídica, de ‘rectificar la información difundida, por cualquier medio de comunicación social, de hechos que le aludan, que considere inexactos y cuya divulgación pueda causarle perjuicio’ (art. 1º). Se satisface este derecho mediante la publicación íntegra y gratuita de la rectificación, referida exclusivamente a los hechos de la información difundida, en los términos y en la forma que la Ley señala (arts. 2º y 3º). Configurado de este modo, el derecho de rectificación es sólo un medio de que dispone

la persona aludida para prevenir o evitar el perjuicio que una determinada información pueda irrogarle en su honor o en cualesquiera otros derechos o intereses legítimos, cuando considere que los hechos lesivos mencionados en la misma no son exactos”¹⁴¹.

Como se puede apreciar, son varios los puntos en que el TC confirma lo que establece la LO 2/1984 de 26 de marzo del derecho de rectificación, y que nos parece que se deben destacar:

a) En primer lugar, en cuanto al alcance subjetivo del derecho, desaparece la distinción entre administración y particulares, es decir, entre derecho de rectificación y derecho de réplica respectivamente, como hacía la anterior Ley de Prensa de 1966; pone fin, por tanto a la diversidad terminológica existente hasta ahora, como veremos más adelante. Se ha establecido un único derecho de rectificación universal para todas las personas físicas y jurídicas sin hacer distinción entre públicas y privadas.

b) En segundo lugar, introduce la rectificación universal en cuanto al medio, sin ceñirse a ninguno, como hacía la legislación anterior; se puede extender, por tanto, esta norma tanto a la prensa como a la televisión, la radio, Internet o cualquier otro medio comunicativo, cualquiera que sea su soporte.

c) En tercer lugar, en cuanto a la legitimación, basta que el rectificante sea aludido y que considere inexactos o perjudiciales los

¹⁴¹ FJ 4º de la STC 168/1986, de 22 de diciembre.

hechos difundidos para que pueda ejercer la rectificación, sin necesidad de -como veremos más adelante- demostrar previamente la falsedad de esos hechos o la verdad de su versión.

d) Y en cuarto lugar, establece el TC que, para la completa satisfacción del derecho, se requiere la publicación íntegra y gratuita de la rectificación y que esta, a su vez, aluda sólo a hechos y no a opiniones, que quedan expresamente excluidos del ámbito de protección de este derecho, como nota también definitoria del mismo.

Sin embargo, lo que constituye una novedad en esta definición jurisprudencial es la configuración del fundamento del ejercicio de este derecho como medio exclusivamente preventivo del perjuicio: no se trata de exigir responsabilidades por los daños ocasionados en el honor o en otros bienes jurídicamente protegibles del presuntamente ofendido - para lo que el legislador ha establecido otros mecanismos legales que la LO 2/1984 hace expresamente compatibles con el ejercicio de la rectificación-, sino de impedir que éstos lleguen a producirse. De ahí que el TC hable de la “legítima finalidad preventiva” del derecho de rectificación.

Confirma así la postura del TS que ha dicho que el derecho de rectificación “es una facultad que se otorga a la persona para prevenir o evitar el perjuicio que una determinada información puede irrogar en su honor o en cualquiera otro derecho o interés legítimo, cuando considera que los hechos lesivos mencionados en la misma no son exactos, y esta

finalidad es independiente de la reparación del daño causado por la difusión de una información que se revela objetivamente inexacta”¹⁴².

Con esta configuración jurisprudencial del derecho de rectificación como instrumento preventivo de los daños que una información pueda causar en los intereses personales de una persona física o jurídica son coincidentes algunos autores como Sobrao¹⁴³, Puglia¹⁴⁴, Musatti¹⁴⁵ y González Ballesteros¹⁴⁶.

Otra parte de la doctrina, entre los que se encuentran Biolley¹⁴⁷, Satanowsky¹⁴⁸, Serra Piñar¹⁴⁹, Blin, Chavanne y Drago¹⁵⁰ y Jiménez

¹⁴² FJ 3º de la STS 8817/1989, de 11 de diciembre. Ver también FJ 4º de la STC 168/1986, de 22 de diciembre, Sentencia 240/92, de 21 de diciembre y la STS de 3 de marzo de 1989.

¹⁴³ “Es un medio urgente de tutela del derecho al honor otorgado a las personas naturales o jurídicas que sufran una lesión injusta en su prestigio o dignidad por haber sido citadas o aludidas en un órgano informativo, consistente en la facultad de exigir la inserción del escrito en que se aclaren o rectifiquen los conceptos indebidos, independiente de otras acciones civiles o penales que correspondan”. Sobrao, F.: *Información y Derecho de Réplica*, Madrid 1.974, págs. 11 y 12.

¹⁴⁴ “Derecho de defensa de los intereses de los particulares contra los excesos de la prensa periódica”. Enciclopedia Pessina, voz *Reati di Stampa*, Vol. IX, Milán, 1909, pág. 1056.

¹⁴⁵ “Derecho de defensa de la personalidad de quien ha sido objeto de pública discusión”. *Revista di Diritto commerciale*, Tomo XIX, Vol. I, pág. 428.

¹⁴⁶ “Facultad que se concede a una persona, física o jurídica, que se considere perjudicada en su honor, prestigio o dignidad, por una información, noticia o comentario, publicada en un medio de comunicación social y que le lleva a exigir la reparación del daño sufrido mediante la inserción de la correspondiente aclaración, en el mismo medio de comunicación e idéntica forma en que fue lesionado”. González Ballesteros, T.: *Los derechos de réplica y rectificación en prensa, radio y televisión*, Madrid, 1981, pág. 30.

¹⁴⁷ “El derecho que corresponde a toda persona nombrada o designada en un artículo periodístico de hacer notar sus explicaciones o su protesta sobre las circunstancias o

Asenjo¹⁵¹, lo explican como un recurso para dar explicaciones aclaratorias a una información.

Y otros lo ven como un privilegio (Bourquin¹⁵²) o como una obligación de los medios de comunicación (M. Carrillo¹⁵³).

Sin embargo, pensamos que se podría definir como la facultad que tiene toda persona natural o jurídica de ejercer el derecho a comunicar información -en virtud de la facultad de difusión que le otorga el derecho a la información- para restablecer la verdad lógica en la

condiciones que han provocado su designación”. *Le Droite de Réponse en matière de Presse*, París, 1963, pág. 10.

¹⁴⁸ “Facultad acordada a toda persona nombrada o simplemente designada en un diario o escrito periodístico de hacer insertar su respuesta o las observaciones que creyera debía presentar”. *Derecho Intelectual*, Tomo I, Buenos Aires, 1950, pág. 205.

¹⁴⁹ “Facultad reconocida a toda persona natural o jurídica, que ha sido citada nominalmente o de modo indirecto en un periódico, o en cualquier otra publicación de ese carácter, para hacer que se inserten en el mismo sus réplicas o explicaciones”. *El derecho de rectificación en la prensa periódica*, en la revista “Las Ciencias”, Madrid, 1953, XIX, n° 4, pág. 954

¹⁵⁰ “Posibilidad otorgada por la ley a toda persona puesta en evidencia en un diario o escrito periódico, de exponer su punto de vista respecto al tema en el mismo diario o periódico”. *Traité du Droit de la Presse*, París, 1969, pág. 49.

¹⁵¹ “Aquél que asiste a toda persona que ha sido ofendida por la inserción de hechos falsos o desfigurados que afectan a su persona o intereses, en un periódico, a rectificarlos o explicarlos él mismo”. *Voz Delitos de Imprenta*, Nueva Enciclopedia Jurídica, Tomo VI, Barcelona, 1954, pág. 713.

¹⁵² “Privilegio otorgado a las personas aludidas por un artículo periodístico”. *La Liberté de la Presse*, Laussane, 1950, pág. 427.

¹⁵³ “Obligación que afecta a cualquier medio de comunicación social de insertar en los plazos y condiciones establecidos por la ley la respuesta que toda persona natural o jurídica, pública o privada, nombrada en aquél, juzga necesario poner en conocimiento público”. También: “la obligación que todo periódico tiene de insertar en sus páginas, de acuerdo con los plazos y condiciones marcados por la ley, la respuesta que la persona nombrada o citada en una noticia o comentario juzga necesario poner en conocimiento de los lectores para salvaguardar su integridad moral o intelectual”. Carrillo, M.: *Los límites a la libertad de prensa en la Constitución Española de 1978*. PPU, 1987, pág. 144, y *Libertad de expresión y derecho de rectificación en la CE de 1978*, en *Revista de Derecho Político*, UNED, Madrid, 1986, número 23, pág. 43.

información de forma inmediata, sumaria y sencilla y compatible con otros procedimientos jurídicos de cualquier naturaleza. De esta forma se aúnan todos los principios que en nuestra opinión definen y configuran el derecho de rectificación, principios que son objeto de esta tesis y que desarrollaremos después. A este concepto se aproximan -por tanto, no coinciden plenamente- las definiciones de Vouin¹⁵⁴ y de Dermateu y Duwaerts¹⁵⁵, en cuanto se refieren el restablecimiento de la verdad, y la de Molinero¹⁵⁶, especialmente interesante por que a ese factor añade el de la universalización del acceso cuando aclara que este no es una exclusiva de los medios de comunicación.

b) Diversidad terminológica

¹⁵⁴ “La facultad de imponer a cualquier diario la obligación de insertar un artículo en respuesta a otro anterior publicado, con la finalidad de desvanecer eventuales errores”. *Précis de Droit Penal Special*, París, 1953, pág. 775.

¹⁵⁵ “Constituye una especie de legítima defensa contra el error, la mentira o la injusticia”. *Droits et devoirs du journaliste*, Bruselas, 1950, pág. 151.

¹⁵⁶ “Garantía de los ciudadanos a informarse verazmente” y “facultad que se concede a las personas naturales y jurídicas que se consideren perjudicadas en su fama o en sus legítimos intereses por hechos falsos o desfigurados para exigir aclarar la citada información. El derecho de rectificación no supone ninguna limitación a la libertad de Prensa, simplemente es una norma de derecho social por la que se garantiza la libertad de Prensa, que siempre es derecho de todos los ciudadanos, no exclusivamente de los que editan periódicos”. *La información y los Derechos Personales*, Barcelona 1977, pág. 116. *La intervención del Estado en la Prensa*, Barcelona 1971.

En la doctrina y en la legislación comparada¹⁵⁷ nos encontramos con los términos de réplica, respuesta y rectificación, contestación, aclaración, etc.; normalmente, las legislaciones¹⁵⁸ que sólo permiten la corrección de la inexactitud en los hechos –como la nuestra- suelen utilizar la denominación de “derecho de rectificación”, mientras que los que también admiten refutación de opiniones lo denominan “derecho de respuesta” o “de réplica”.

En España hasta que la Ley 14/66 de Prensa e Imprenta estableció en sus artículos 58 y 62 respectivamente que el derecho de réplica era el ejercido por los particulares y el de rectificación el otorgado a la Administración y Autoridades, existió gran confusión terminológica en la legislación ya que se aplicaba ambos términos indistintamente. Esta situación también se dio para la radio en el Decreto de 11 de septiembre de 1953, que clarificó el Real Decreto 2664/77 y la O.M. de 3 de noviembre del mismo año. La confusión se dio de nuevo en el artículo 25 del Estatuto de RTVE, aprobado por la Ley 4/80 de 10 de enero. La regulación penal daba lugar a equívocos al

¹⁵⁷ En Inglés, *right of replay*; en francés *droite de repónse*; en alemán, *gegendarstellungsrecht*.

¹⁵⁸ Hay países que distinguen entre derecho de réplica (particulares) y derecho de rectificación (autoridades): Francia, Irán y Turquía. Otros sólo admiten una figura jurídica, bien rectificación o bien réplica, pero que regulan el ejercicio del derecho tanto para particulares como para funcionarios: Austria, Portugal, Colombia, Luxemburgo y Méjico. Para otros sólo cabe admitir un derecho, bien llamado réplica – respuesta- o rectificación, sin hacer expresa mención de si puede ser utilizado por persona privada o por funcionarios: Bélgica, Dinamarca, Italia, Cantón suizo de Vaduz, Noruega e Islas Seychelles.

hablar de “rectificación” en vez de “réplica” en el artículo 566.1 del Código Penal, confusión explicable ya que el Código Penal de 1870 – primero que entendió del tema- extrajo el término de la entonces vigente legislación sobre imprenta que tampoco diferenciaba los dos términos. Con la entrada en vigor de la Ley Orgánica 2/1984 de 26 de marzo reguladora del Derecho de Rectificación (LODR), toda esta legislación queda expresamente derogada y se establece un concepto de derecho de rectificación válido universalmente, sin hacer distinción entre particulares y autoridades.

Las acepciones del Diccionario de la Lengua Española¹⁵⁹ para cada uno de los términos “contestar”¹⁶⁰, “replicar”¹⁶¹, “rectificar”¹⁶² y “responder”¹⁶³ vienen a significar lo mismo, ya que de hecho se refieren

¹⁵⁹ Real Academia Española. XXI edición. Madrid, 1992.

¹⁶⁰ “Contestar”: 2. Replicar, impugnar; 3. Declarar y atestiguar uno lo mismo que otros han dicho, conformándose en todo con ellos en su deposición o declaración; 4. Comprobar o confirmar; Convenir o conformarse una cosa con otra; 6. Adoptar actitud polémica y a veces de *oposición o protesta violenta* contra lo establecido; 7. Responder a lo que se pregunta, se habla o se escribe. “Contestación”: 3. a la demanda. Escrito en que el demandado opone excepciones o defensas al demandante. *Op. cit.*

¹⁶¹ “Replicar”: instar o argüir contra la respuesta o argumento; 2. Responder oponiéndose a lo que se dice o manda; 3. Presentar el actor en juicio ordinario el escrito de réplica. “Réplica”: 4. Segundo escrito del actor en el juicio de mayor cuantía para impugnar la contestación y la reconvención, si la hubo, y fijar los puntos litigiosos. *Op. cit.*

¹⁶² “Rectificar”: reducir una cosa a la exactitud que debe tener; 2. Procurar uno reducir a la conveniente exactitud y certeza los hechos o dichos que se le atribuyen; 3. Contradecir a otro en lo que ha dicho, por considerarlo erróneo”. *Op. cit.*

¹⁶³ “Responder”: 7. Replicar a los requerimientos o afirmaciones de otro. En esta acepción conserva su perfecto fuerte originario, que coincide con el verbo “reponer”.

todas ellas mutuamente en diversas acepciones. “Replicar” no nos parece adecuado porque el protagonismo es del actor, de quien ha iniciado la acción, y no del que la recibe, como es el caso de la persona aludida en una información; además “réplica” tiene un preciso significado procesal. “Responder” y “respuesta”, tanto por sus acepciones como por su raíz etimológica, podrían ser términos adecuados; de hecho el Diccionario en la voz “Derecho” incluye la acepción “Derecho de Respuesta”¹⁶⁴ para referirse a esta institución jurídica, pero podría ocasionar una nueva confusión terminológica con el ejercicio procesal de contestar a la demanda.

En esta cuestión estamos conformes con la postura de José María Desantes para quien el derecho de rectificación se reduce a corregir un dato inexacto o alguna otra inexactitud que se refiere exclusivamente a información de hechos y que no afecta a la información en bloque; “réplica” le parece jurídicamente impropia, porque procesalmente es la contestación a la contestación, y “respuesta” tampoco le parece una denominación correcta en castellano, pues se responde a una carta o a una pregunta, pero consecuentemente con ella; para este catedrático, debería seguirse el modelo alemán, pues opina que cuando hay que oponerse a una afirmación o a una negación, en español se habla de “contestación”.

“Respuesta”: 3. Réplica, refutación o contradicción de lo que otro dice; 7. Derecho de respuesta (V). Contestar las demandas en los pleitos. *Op. cit.*

I. Bel¹⁶⁵ también lo denomina derecho de contestación ya que la doctrina alude a él con el nombre de actitud contestataria, justificada - en sintonía con la tesis de Desantes- por el hecho de que se contesta oponiéndose a una afirmación con otra afirmación. Se apoya también en que el Consejo de Europa ha recomendado el empleo de ese nombre. Sin embargo añade que la doctrina ha considerado que en castellano la denominación exacta en terminología jurídica es “mentís”¹⁶⁶.

F. Sobrao¹⁶⁷ está de acuerdo en que en la legislación actual haya fijado la denominación de “derecho de rectificación”, pues refleja con más fidelidad la finalidad perseguida que no es la de polemizar, como le parece que se deduce de la voz “réplica”, sino la de aclarar unos conceptos que han quedado dudosos en la opinión pública.

Para Marc Carrillo¹⁶⁸ “replicar” en un sentido etimológico significa instar o argüir contra la respuesta o argumento, mientras que “rectificar” es reducir una cosa a la exactitud que debe tener, por lo que

¹⁶⁴ “El que concede o reconoce la ley de imprenta a la persona aludida expresamente en un periódico para contestar desde el mismo a las alusiones que se le hayan dirigido”. *Op. cit.*

¹⁶⁵ Bel, I.: *Derecho de la Información. Sujetos y medios*. Madrid, 1992, pág. 137.

¹⁶⁶ Desantes aclara que la legislación, los códigos de honor profesional, la jurisprudencia, la costumbre, la práctica y los convenios internacionales han previsto resortes para neutralizar la información no verdadera y sus efectos. Uno de estos resortes es el que la práctica informativa llamó “mentís”, término comprensivo de distintas fórmulas jurídicas, para rectificar la inexactitud o defenderse de un ataque injusto por no verdadero. Desantes, J. M.: *La Información como Derecho*. Madrid, 1974, pág. 363.

¹⁶⁷ Sobrao, F.: *Información y Derecho de Réplica*, Madrid 1.974, pág. 11.

¹⁶⁸ Carrillo, M.: *Los límites a la libertad de prensa en la Constitución Española de 1978*. PPU, 1987, pág. 157.

ésta parece contraerse al mundo de los hechos mientras que la primera abarca las opiniones y comentarios.

c) Antecedentes históricos

El derecho a la información, en el que se inserta el de rectificación, aunque descrito por primera vez en la Declaración Universal de 1948, es un derecho natural o innato, derivado del derecho a la vida. De acuerdo con el ya mencionado *ius societatis et communicationis* de Vitoria, no hay vida humana sin comunicación que es la que constituye la comunidad a la que no sólo tiene derecho a pertenecer el hombre, sino también a participar, lo que no puede hacerse sin estar informado, verazmente informado. Este aspecto de fondo, que constituye uno de los principios inspiradores del derecho de rectificación, como acabamos de ver al definirlo, será objeto de estudio exhaustivo más adelante, razón por la que no nos detendremos ahora en más detalles¹⁶⁹.

Existen antecedentes de lo que más tarde sería el derecho de rectificación muchos siglos anteriores a la invención de la imprenta: en Grecia, la Ley Dracón del siglo VII a. de C. admitía la defensa del honor. En España, la primera aproximación la encontramos en el reinado de Felipe IV quien introdujo en 1627 la posibilidad de responder a las ofensas y difamaciones hechas a través de la prensa¹⁷⁰.

¹⁶⁹ Cfr. epígrafe tercero del capítulo tercero (3.3).

¹⁷⁰ Cendan, F.: *Historia del Derecho Español de Prensa e Imprenta (1502-1966)*, Madrid, 1974, págs. 50 y 51.

El primer antecedente se sitúa en Francia¹⁷¹ donde el Consejo de los Quinientos estudia en la sesión de 24 prairial del año VII un proyecto de ley en que por primera vez se establecía el derecho de respuesta; este proyecto es rechazado y en 1822 se aprueba en la Cámara francesa uno nuevo de *Ley sobre la Prensa* que incluye en su art. 11 el derecho de rectificación, artículo modificado posteriormente en 1835. Con fecha de 29 de julio de 1881 se aprueba una nueva *Ley de Prensa*, que también lo incluye en su artículo 13¹⁷².

El derecho de respuesta o réplica aparece regulado por primera vez en nuestro país por el artículo 22 de la *Ley de Imprenta de 13 de julio de 1857*¹⁷³.

¹⁷¹ Sobre la historia del derecho de réplica en Francia, vid. Bourquin, *op. cit.*, pág. 427 y ss.; Biolley, *op. cit.*, pág. 11 y ss., y Pinto, *La Liberté d'Opinion et d'Information*, París, 1955, pág. 164.

¹⁷² Este artículo establece ya las principales notas del derecho de rectificación, que se mantienen casi idénticamente por la mayoría de las legislaciones hasta hoy: “El gerente está obligado a insertar dentro de los tres días a partir de su recepción, o en el primer número siguiente, si no se publicara antes de los tres días, las respuestas de toda persona nombrada o designada en el diario o publicación periódica, bajo pena de multa de 50 a 500 francos, sin perjuicio de otras penas e indemnización de daños y perjuicios a las que el artículo pudiera dar lugar. Esta inserción deberá ser hecha en el mismo lugar y con los mismos caracteres que el artículo que la haya provocado. Será gratuita cuando la respuesta no sobrepase el doble de la extensión del artículo. Si lo sobrepasan, el precio de inserción corresponderá solamente por el exceso. Será calculado al precio de los anuncios judiciales”.

¹⁷³ “La persona ofendida o de quien se anunciaren hechos falsos en un periódico, o cualquiera otra autorizada para ello, tiene derecho a que se inserte en el mismo la contestación que remita negando, rectificando o explicando los hechos. Por esta inserción no pagará cosa alguna, con tal que no exceda el cuádruplo del artículo contestado, o de 60 líneas de igual letra, si aquél tuviera menos de 15. En el caso de ausencia o muerte del ofendido tendrán igual derecho sus hijos, padres, hermanos y

El *Código Penal de 1870* reguló el derecho de réplica en el número 1º de su art. 584¹⁷⁴. Además creaba en España un paralelismo de fuentes para regular el derecho de rectificación, como son el Código Penal y las leyes especiales, situación que continuó hasta la aprobación de la LODR que derogaba el número 1 del art. 566 del Código Penal.

La última regulación sobre este tema que vio la luz en el S. XIX fue la *Ley de Imprenta de 23 de julio de 1883*, que en su artículo 14 hacía una amalgama del ejercicio del derecho de rectificación por autoridades y particulares, aunque estableciendo un diverso plazo y unas diversas consecuencias.

La *Ley de Prensa de 22 de abril de 1938*, en pleno conflicto bélico español, es la primera del S. XX; en su artículo 18 instauraba el recurso gubernativo previo ante la Jefatura del Servicio Nacional de Prensa, instancia que decidía sobre la procedencia de la rectificación y, en su caso, proponía al Ministerio una sanción.

herederos. Esta contestación no podrá rechazarse por los directores de los periódicos y deberá insertarse en uno de los tres primeros números que se publiquen después de la entrega. El que suscriba, y no el editor, será en este caso responsable de su contenido”.

¹⁷⁴ “El director de un periódico en el cual se hubiesen anunciado hechos falsos, si se negase a insertar gratis, dentro del término de tres días, la contestación que le dirija la persona ofendida, o cualquiera otra autorizada para ello, rectificándolos o explicándolos, con tal que la rectificación no excediere en extensión del doble del suelto o noticia falsa. En caso de muerte o ausencia del ofendido, tendrán igual derecho sus hijos, padres, hermanos y herederos”. Esta redacción se mantendrá literalmente en todas las modificaciones posteriores del Código Penal. En 1944 se añadió un último párrafo que extendía su contenido a las emisoras de radio y a “los demás medios de publicidad”.

Saliendo del periodo autárquico, el *Decreto de 13 de marzo de 1953* reguló el derecho de rectificación en la prensa¹⁷⁵. En su artículo 2º establecía que, a petición del director de la agencia o de la publicación, la Delegación Provincial del Ministerio de Información y Turismo apreciará si la réplica es procedente; introducía por primera vez el derecho de rectificación en la radio, y otorgaba a la Dirección General de Radiodifusión y a las Delegaciones Provinciales del Ministerio de Información y Turismo amplias facultades para apreciar la procedencia de la rectificación y las condiciones en que esta debía ser emitida, ya que las alusiones en la radio no tienen la misma trascendencia y difusión que las escritas, lo que requería conceder a las autoridades un “mayor margen de discrecionalidad” en la tutela de este derecho; y, en palabras de Sobrao¹⁷⁶, tenía una “concepción del derecho de rectificación como un derecho relativo”, ya que pide justificar el interés en la rectificación y el perjuicio que se podría deducir.

¹⁷⁵ En su artículo 1 decía que “toda persona jurídica o natural, en pleno uso de sus derechos, que se considere injustamente perjudicada en su honra, en su fama o en sus legítimos intereses por cualquier texto o dibujo inserto en una publicación periódica, o a quien se hubieran atribuido hechos falsos o desfigurados, o que, siendo verdaderos, por igualdad de nombres o circunstancias, pudieran inducir a confusión, tendrá derecho a replicar, complementar o aclarar dicha información, siempre que dicha publicación periódica no lo haya hecho por sí de una manera espontánea o satisfactoria”.

¹⁷⁶ Sobrao, F.: *Op. cit.*, pág. 29.

La *Orden de 25 de mayo* del mismo año sobre el derecho de rectificación en la prensa periódica completaba las disposiciones de este Decreto.

En pleno espíritu de liberalización se aprueba la *Ley de Prensa e Imprenta de 18 de marzo de 1966*, también conocida como “Ley Fraga”. En su capítulo IX trataba “De los derechos de réplica y rectificación”, donde por primera vez se regulaban separadamente ambos derechos: en los artículos 58 a 61 el de réplica, y en el 62 el de rectificación. A su vez, deroga expresamente las leyes de Imprenta de 1883, de Prensa de 1938 y el Decreto y la Orden de 1953.

Los decretos 745/66 y 746/66 de 31 de marzo desarrollan los artículos 58 a 61, y el 62, respectivamente, y remarcan la concepción relativa –no absoluta, sino sometida a límites legales– de ambos derechos: el artículo 15 del Decreto 746/66 establece causas justas de negativa, y el 18 que será la Administración quien resuelva sobre la procedencia de la inserción de la réplica.

Ya en la Transición democrática española, el *Real Decreto-Ley 24/1977, de 1 de abril*, reguló la materia de acuerdo con el principio de libertad de información, derogando diversos preceptos de la Ley de Prensa, en particular la facultad de suspensión atribuida a la Administración y la del secuestro, que pasa a corresponder a la autoridad judicial.

Aunque la *Constitución Española* de 28 de diciembre de 1978 no habla expresamente del derecho de rectificación, su art. 20 sí que

establece el marco para su desarrollo en el apartado d) del número 1º, que reconoce y protege el derecho a comunicar libremente información veraz por cualquier medio de difusión -como hemos visto en la introducción de este trabajo- y en el número 4º cuando señala que la libertad de expresión tiene su límite –entre otros- en el respeto al honor y a la propia imagen.

Y para finalizar, el último antecedente legislativo español de la LODR es el derogado art. 25 del *Estatuto de Radio y Televisión* (Ley 4/1980, de 10 de enero)¹⁷⁷.

En lo que al derecho internacional se refiere, la *Declaración Universal de los Derechos Humanos* aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 10 de diciembre de 1948, como decíamos, no contiene ninguna referencia expresa al derecho de rectificación, pero en su texto de treinta artículos incluye dos que regulan tanto la libertad de expresión como el derecho a la vida privada: el art. 19 establece que toda persona tiene derecho a la libertad de opinión y expresión, que incluye no ser molestado a causa de opiniones y recibir y comunicar informaciones sin limitaciones de fronteras por cualquier medio de expresión; y el art. 12 que afirma la protección de la ley contra los ataques y las injerencias en la vida privada, en la familia, en el domicilio o en la correspondencia, y los ataques a la honra y a la reputación o sanciones para la protección de la reputación o derechos ajenos.

¹⁷⁷ FJ 6º de la STC 146/1993, de 29 de abril. El TC reitera derogado ese artículo al que remitía una ley autonómica, que creaba el ente autonómico de radio y televisión.

Más tarde, a propuesta de Francia, también la Asamblea General de la ONU aprobó por aplastante mayoría, aunque con el voto en contra de los Estados Unidos, Inglaterra y la extinta URSS, el *Convenio del Derecho de Rectificación*, mediante la Resolución 630 (VI) de 16 de diciembre de 1952. Tan sólo catorce países la ratificaron, quizá porque su texto era deficiente y su contenido insuficiente¹⁷⁸. Como elemento positivo destacamos que consideraba que el derecho de rectificación atenta contra la libertad de expresión, sino que legitima aún más la información. Pero tenía un gran inconveniente ya que -en contra de la tesis vitorianas- este derecho se establecía exclusivamente para los Estados, no para particulares, pues su objeto era rectificar las informaciones capaces de perjudicar las relaciones entre Estados o que ataquen el prestigio o la dignidad nacionales.

Este Convenio tuvo su antecedente en la Conferencia de Ginebra de 1948 sobre “Libertad de información” donde se adoptó un *Proyecto de convención relativo al derecho de rectificación en materia internacional*. Este proyecto se integró en la *Conferencia relativa a la transmisión internacional de informaciones y al derecho de rectificación*, adoptada por la Asamblea General de la ONU en 13 de mayo de 1949, que no llegó a entrar en vigor.

Posteriormente se aprobaría el *Proyecto de Convención relativo a la Libertad de Información* de la Asamblea General de la ONU de 1961. En

¹⁷⁸ Desantes, J. M.: *La información como derecho*. Madrid, 1974, pág. 367.

su artículo 4º establecía que los estados contratantes reconocían el derecho de rectificación como “un corolario de la libertad de información”, frente a las tesis de gran parte de la doctrina que, como veremos más adelante tarde, sostiene que no es más que una limitación a la libertad de expresión.

Para finalizar, en lo que al ámbito europeo respecta, sólo es destacable la *Convención Europea para la Protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales* que los miembros del Consejo de Europa firmaron en Roma el 4 de noviembre de 1950 y que tiene como característica esencial el no ser una mera declaración de principios ya que prevé la posibilidad efectiva de recurso individual y directo en dos instancias: ante una Comisión internacional encargada de velar por los derechos protegidos en la Convención, designada por el Comité de Ministros del Consejo, y ante el Tribunal Europeo de Derechos Humanos. En su art. 10 afirma que toda persona tiene derecho a la libertad de expresión, cuyo contenido configura de forma similar al del art. 19 de la Declaración Universal de la ONU. En el nº 2 del artículo 10 matiza que su ejercicio puede ser sometido a ciertas “formalidades, condiciones, restricciones o sanciones, previstas por la ley” para la protección de la fama o los derechos de otro; es decir, sienta la doctrina de que “el límite responsable de la libertad de expresión se encuentra en la protección a la vida privada de la persona”. El texto aprobado no contenía referencia alguna al derecho de rectificación, pero en su reunión de 2 de julio de 1974 el Comité de Ministros adoptó una

*Resolución sobre el Derecho de Respuesta*¹⁷⁹ individual en la prensa, radio y televisión que recomendaba a los Estados miembros la inclusión o adaptación en sus legislaciones de este derecho, de forma que todo individuo, cualquiera que sea su nacionalidad o residencia, que estime haber sido objeto de informaciones inexactas divulgadas al público, podrá ejercer el derecho de rectificación en los periódicos, en la radio o en la televisión. Imponía, además, la obligación de difundir la respuesta, que la persona responsable de difundirla no gozara de inmunidad alguna y que esta regulación no supusiera establecer la censura.

¹⁷⁹ Cfr. *Das Gegendarstellungsrecht in Europa. Möglichkeiten der Harmonisierung*, Munich, 1974, editado por la “Deutsche Studiengesellschaft für Publizistik”, en colaboración con la sección Jurídica de la AIERI y la Secretaría General del Consejo de Europa. Contiene artículos de los profesores: Martin Loeffler (Stuttgart), Heribert Golsong (Strasbourg), Götz Franz (Frankfurt), Lars Bruun (Helsinki), Eugen Bucher (Zurich), Lucia de Pra Galanti (Milán), José María Desantes (Madrid), Halid K. Elbir (Estambul), Michel Hanotiau (Bruselas), Georg Krippas (Atenas), Andrew Martin (Londres), Leónidas Martinides (Salzburg), Karel Rimanque (Amberes) y Philippe Solal (París).

3.2 Derecho a comunicar información. La facultad de difusión y la universalización del acceso a la información. La legitimación en el derecho de rectificación.

Al definir el derecho de rectificación establecíamos como una de sus notas el ejercicio del derecho a comunicar información en virtud de la facultad de difusión: es precisamente esta facultad la que legitima su ejercicio.

El derecho a la información en nuestro régimen constitucional y, por tanto, en nuestro ordenamiento jurídico informativo, comprende las tres facultades que le caracterizan¹⁸⁰: investigar, recibir y difundir. La facultad de recepción es fácil de comprender porque la estamos ejerciendo constantemente; la de investigar resulta más difícil, por que es necesario estar especializado para desempeñarla; y más compleja

¹⁸⁰ Desantes, J. M. y Soria, C.: *Los límites de la información*. Madrid, 1991, págs. 32 a 34.

resulta de difusión porque, además de carecer en muchos casos de formación necesaria, la gran mayoría no dispone de un medio de comunicación social a su alcance. Pero esta última adquiere poco a poco importancia en la vida informativa, y se advierte que con mayor frecuencia los no informadores acceden de diversos modos a los medios de comunicación de los que las Cartas al Director y el derecho de rectificación son los referentes más notables.

Para profundizar en estos aspectos vamos a seguir las tesis del padre Vitoria, recogidas por José María Desantes en varias de sus publicaciones¹⁸¹.

Fray Francisco de Vitoria, dominico teólogo y jurista, se formó en la Sorbona y enseñó en la Universidad de Salamanca desde 1526 hasta 1546, en que murió. Tal como exigían las universidades clásicas expuso sus teorías en forma de *Relectiones* -o Repeticiones-, de las que se han registrado quince recogidas por sus alumnos o por amanuenses, algunos de ellos frailes del Convento de San Esteban, a cuya comunidad perteneció. Su lectura -especialmente la *Relectio de Indis*- hace descubrir que los principios generales sentados por Vitoria para enjuiciar el descubrimiento de América pueden servir de fundamento a unas bases que regulen la comunicación universal. Por eso James Brown Scott le proclamó fundador del derecho internacional moderno.

¹⁸¹ Desantes, J. M.: *La información como derecho*. Madrid, 1974, págs. 317 y ss; y *Francisco de Vitoria, Precursor del Derecho de la Información*. Madrid, 1999.

Vitoria proclamó el principio del *mare liberum*, perfectamente aplicable al espacio libre y a las ondas, salvada la justicia y los intereses dignos de protección. Para ello se basó en que a nadie se le puede vedar el uso de las cosas que por derecho natural son comunes a todos: el aire, el agua, los ríos, el mar y los puertos. Es el principio de libertad del espacio, superador de inclinaciones monopolizadoras de las soberanías y fundante de la universalización del acceso a la información, en cuanto garante del libre acceso a espacio y ondas para comunicar.

Para Vitoria esa libertad reglada de aprovechamiento del espacio y de las ondas postula una comunidad universal a la que llama *Totus Orbis* y que fundamenta en la solidaridad total conforme a la cual todos los hombres pertenecen a una comunidad basada en una unidad de naturaleza, origen, destino y derechos: la Humanidad.

La solidaridad viene impuesta por la misma debilidad humana, física o cultural. En Vitoria son los hombres los sujetos del derecho universal, que surge de esta solidaridad (frente al derecho internacional, cuyos sujetos son los estados), adelantándose en más de tres siglos a la situación actual. De este principio deriva que el derecho a la información tenga un sujeto universal: cualquiera es titular de la facultad de investigación, de recepción y de difusión, siendo esta última la que nos interesa para nuestro estudio.

Pero la universalidad del derecho a la información y, por tanto, del derecho a comunicar información tiene raíces más profundas: la

misma vida del hombre que es vida en dignidad y la igualdad de derechos de todos los hombres que de ella se deriva. De cara a él, no existe una división posible entre extranjeros y nacionales, hombres y mujeres, jóvenes y ancianos, etc. La sociabilidad natural une a todos los hombres del mundo en una solidaridad orgánica.

Ya tenemos, así, dos principios inspiradores del derecho a comunicar sobre el que se sustenta la facultad de difundir, en la que, a su vez, se inserta el derecho de rectificación: libertad del espacio y comunidad universal.

Comunidad porque, según Vitoria, no hay comunicación sin comunidad, y viceversa. Comunicación y comunidad son lo mismo para el fraile burgalés, lo que constituye la base teórica de la universalización del acceso a la información: todos tienen derecho a la información -que tiene que ser verdadera pues, sino no es información (aquí es donde juega su papel el derecho de rectificación)- por que, si no, se pone en peligro la misma existencia de la sociedad. Fray Francisco lo explica con su principio del *ius societatis et communicationis*, como un solo derecho: formar parte de la humanidad y comunicarse todos los seres humanos constituyen un solo objeto de un mismo principio de justicia, de un derecho. La facultad de hablar es propia del género humano, y con ella surge la posibilidad y la necesidad de comunicarse. Por tanto, la comunicación social es tan natural como la sociedad: impedir la amistad entre los hombres y los pueblos significa quebrantar la ley natural, y la amistad sólo puede cimentarse en la comunicación. Sin

ella no se sostiene la sociedad, pues no sería posible la disuasión y se pasaría inmediatamente a la fuerza sin previo aviso. Comunidad y comunicación tienen la misma raíz: la sociedad misma es una especie de comunicación.

En el contexto del concepto de comunicación vitoriano se puede incluir la utilización de todos los medios técnicos imaginables para poner en contacto a personas distantes y difundir mensajes, es decir, es aplicable también a las nuevas tecnologías informativas que favorecen la universalización del acceso a la información.

La configuración del *ius communicationis* como derecho humano se hace por Vitoria de un modo negativo y de otro positivo. Negativamente porque si la comunicación es necesaria para la existencia y subsistencia de la sociedad, no es lícito prohibir o interferir la comunicación -el derecho a comunicar información-, dado que no es ley, sino corrupción de ley, aquella que prohíbe todo lo que el derecho natural permite. Y positivamente, porque todo el mundo tiene derecho -y por tanto el deber- a comunicar la verdad, lo que justifica el derecho de rectificación.

En definitiva, la comunicación, es decir, el derecho a comunicar información, es un derecho fundamental y fundamentante, efecto y causa de la comunidad.

F. Sobrao¹⁸² parece haber captado la profundidad de esta tesis cuando considera que la consciencia de esta realidad hace que a los

¹⁸² Sobrao, F.: *Op. cit.*, pág. 8.

tres fines tradicionales de la prensa (informar, formar y entretener) se agregue un nuevo término: la *animation* o incitación a participar que promueve la participación del ciudadano en el tratamiento de los problemas de la *res publicae* y en la formación de la opinión pública, sacándolo de la atonía de la llamada “mayoría silenciosa”.

En esta misma línea, I. Bel¹⁸³ incluye el derecho de rectificación como una manifestación de la facultad de difundir (junto con las manifestaciones, las pintadas, la publicidad, los radioaficionados o las colaboraciones), concreción del principio de la universalidad subjetiva del derecho a la información, a comunicar información. La consecuencia inmediata del estudio de este principio –junto con el de la igualdad- es que todos los sujetos, que pueden investigar, difundir y recibir informaciones, en cualquier momento de su vida pueden hacer uso de esas facultades. A esta posibilidad la doctrina (siguiendo a Desantes) la llama *actitud*, es decir, una forma de responder al entorno.

También coincide en estos postulados Cremades¹⁸⁴ para quien el derecho de rectificación, en cuanto garantía institucional, puede ser contemplado no sólo como “garantía de la veracidad del objeto del derecho a la información”, sino también -y es lo que nos interesa recalcar ahora- como “garantía del derecho a la información pasiva”, razón por la que inserta el derecho de rectificación en “el ejercicio de la

¹⁸³ Bel, I.: *Derecho de la Información. Sujetos y medios*. Madrid, 1992, pág. 114.

¹⁸⁴ Cremades, J.: *Los límites de la libertad de expresión en el ordenamiento jurídico español*. Madrid, 1995, pág. 255 y 256.

facultad de difusión para esclarecer la verdad”. Por tanto, concluye que, aun cuando no se contemple expresamente en la CE, es un derecho que encuentra asiento constitucional en su art. 20.1.d), que regula el derecho a la información en sus distintas facultades.

M. Carrillo¹⁸⁵ también sitúa el derecho de rectificación dentro de la facultad de difusión ya que quien rectifica no es el medio de comunicación sino el ciudadano que considere lesionado su derecho. Esta es la postura que mantuvo el diputado socialista Sotillo Martí en la Comisión de Justicia e Interior durante la tramitación de la LODR en el Congreso, opinión con la que no estaba de acuerdo el diputado de Alianza Popular Ruiz Gallardón para quien la rectificación “no se termina con el simple hecho de que el ciudadano presente la rectificación sino que se consuma públicamente cuando esta rectificación ve la luz”¹⁸⁶.

También el Consejo de Europa ubica el ejercicio del derecho de rectificación en relación con la facultad de difusión¹⁸⁷.

Acogiéndonos a la doctrina constitucional, pensamos que esa es la postura correcta y que el derecho de rectificación constituye una de las formas principales de universalizar el acceso a la información: de que el ciudadano no sólo sea sujeto receptor de información sino de que

¹⁸⁵ Carrillo, M.: *Los límites a la libertad de prensa en la Constitución Española de 1978*. PPU, 1987, pág. 149.

¹⁸⁶ DDSS (Congreso), *Comisión de Justicia e Interior*, sesión 19/10/1983, nº 71, págs. 2451 y 2452.

¹⁸⁷ Bel, I.: *Derecho de la Información. Sujetos y medios*. Madrid, 1992, pág. 139.

también sea emisor, de que comunique. Como dice el TC¹⁸⁸, los sujetos del derecho a la recepción de información verdadera son no sólo los titulares del órgano o medio difusor o quienes comunican una información a través de tales medios, sino, “primordialmente”, la colectividad y cada uno de sus miembros. Obviamente, la CE tiene en cuenta la prevalente posición jurídica subjetiva de quienes comunican la información, pero protege también, la facultad de cada persona y de la entera colectividad de acceder libremente al conocimiento, transmitido por los medios de comunicación, de los hechos de relevancia realmente acaecidos, y, a la vez, de ser fuente de esa información bien para suministrarla, bien para corregirla. Y es ahí donde juega un papel importante e innovador el derecho de rectificación que, a diferencia de las cartas al Director y de los modernos sistemas de intercomunicación electrónica entre el medio y su audiencia, está protegido jurídicamente con una norma del máximo rango.

La legitimación para ejercer la rectificación se funda en que, como se señalaba anteriormente, el derecho a la información tiene un sujeto universal, es decir cualquiera tiene la facultad de investigación, de recepción y de difusión. Por tanto la titularidad de la rectificación la tiene aquel sujeto universal que reúna dos requisitos de legitimación: alusión por hechos inexactos y que esa alusión pueda causar perjuicio.

¹⁸⁸ FJ 2º de la STC 168/1986, de 22 de diciembre.

En cuanto a la legitimación activa, sólo la tienen las personas físicas o jurídicas directamente aludidas en la información y sus representantes o herederos. No cabe pues una acción popular, ni tampoco alcanza a terceros, pues éstos, si son aludidos y se consideran perjudicados, serán a su vez titulares para ejercitar la rectificación¹⁸⁹. Sí cabe su ejercicio por los extranjeros pues, aunque no están expresamente citados en la LODR, el art. 27 del Código Civil les concede los mismos derechos civiles que a los españoles, y, además, el art. 13 de la CE establece que gozarán de las libertades públicas que garantiza la Constitución en los términos que establezcan los tratados y las leyes. Si el ofendido es persona física tiene que demostrar su identidad para ejercer la legitimación activa; sin embargo, las personas jurídicas necesitan acreditar su capacidad jurídica, demostrar documentalmente la elección conforme a estatutos del representante legal y acreditar el acuerdo corporativo: decisión formal del órgano representativo de ejercer la rectificación que ha de constar en acta¹⁹⁰.

En cuanto al sujeto pasivo, la obligación de respetar el derecho de rectificación se dirige al director del medio o de la agencia informativa, no a la empresa propietaria que, aunque sea la perjudicada económicamente, no tiene una intervención directa¹⁹¹. G. Ballesteros¹⁹²

¹⁸⁹ STS de 21 de diciembre de 1968.

¹⁹⁰ STS de 22 de junio de 1973.

¹⁹¹ STS de 19 de diciembre de 1969.

¹⁹² *Op. cit.*, pág. 42, en la que recoge la STS de 29 de abril de 1970 que establece que: "Son dos derechos o actos diferentes realizados por dos sujetos distintos acaecidos en

considera que cuando un medio recoge de otro –aun citando la fuente– la información que da lugar a la rectificación también está obligado a insertarla si lo requiere el ofendido, quien deberá solicitar tantas rectificaciones como medios hayan publicado la noticia. A diferencia de la derogada legislación anterior¹⁹³, la LODR no prevé el caso de que sea una agencia informativa la que produzca la información objeto de rectificación; pensamos que debería seguirse lo entonces establecido para este supuesto: el medio que ha divulgado la información errónea servida por la agencia tiene obligación de publicar la rectificación que ésta le envíe. Al hilo de esa legislación, el rectificante también podría solicitar que la agencia distribuya la rectificación a toda su cadena de abonados dando cuenta de tal carácter, vinculando así a todo medio que la hubiere divulgado.

el mundo exterior en tiempos sucesivos, por lo que son dos actos independientes, imputables cada uno a la actividad de sus respectivos autores”.

¹⁹³ Real Decreto 746/1966 de 31 de marzo, art. 7°.

3.3 Derecho de acceso universal a una información verdadera.

3.3.1 El restablecimiento de la verdad lógica fundamento del derecho de rectificación.

Cuando definíamos el derecho de rectificación establecimos como una de sus principios inspiradores el restablecimiento de la verdad lógica en la información; no se trata, pues, de facilitar el acceso a la información, sino que el correcto ejercicio de la libertad de información y del derecho a comunicar información sólo serán tales si esa información es verdadera.

Precisamente este es el fundamento del derecho de rectificación: restablecer la verdad informativa cuando ha sido omitida, pues sin ella no hay información o hay desinformación. Por tanto, la verdad, original o repuesta, es derecho de todo ciudadano que se inserta en la facultad de recepción, de investigación, en su caso, y de difusión, cuando se repone en caso de ejercerse el derecho de rectificación.

De acuerdo con Desantes¹⁹⁴, pensamos que la existencia del derecho de rectificación se justifica por la sinonimia entre verdad e información, que son términos correlativos: una información que no sea verdadera no solamente constituye una carencia de información, sino algo peor. La información falsa, para este profesor, es inferior a nada, porque es algo evidentemente malo. Precisa que si se pudiera cuantificar habría que decir que la información no verdadera “es menor que cero: es un valor negativo” y constituye una “verdadera corrupción de la información”; y concluye que la falta de verdad en la información es así “algo vitando y, por tanto, evitable”, pues entra en el campo de la justicia, del dar a cada uno lo suyo, “y lo suyo en este caso es la información o, en términos jurídicos, el derecho a estar informado”, a estar informado con verdad, añadimos nosotros, como parte del derecho a comunicar información donde radica el derecho de rectificación.

Nuestro TS confirma esta doctrina al entender que “ante todo la información está sometida a la Ley de la verdad, las informaciones han de ser verdaderas tanto si se refieren a una persona física o a una Corporación, pues usar de la información para no decir la verdad es un abuso y, por ello, el primer deber del periodista es el deber de veracidad, no siendo lícita la publicación de noticias con la verdad mutilada”¹⁹⁵.

¹⁹⁴ Desantes, J. M.: *La Información como Derecho*, Madrid, 1974, págs. 362 y ss.

¹⁹⁵ Sentencia de 22 de junio de 1973.

Como I. Bel¹⁹⁶, hacemos nuestra también la fundamentación del derecho de rectificación que en Desantes adopta una quintuple dimensión: la verdad lógica interesa reponerla a aquel que sufre las consecuencias de la no-verdad, para que se diga la verdad sobre él; al público, que tiene derecho a estar bien informado, a conocer la verdad; al autor de la información rectificadora que de ese modo repara una injusticia producida con dolo o con negligencia, restableciendo la verdad; a la empresa titular del medio porque ganan prestigio ella misma y el medio del que es titular; y, por último, al mundo de la comunicación en general para acrecentar su credibilidad como institución veraz¹⁹⁷.

Cremades¹⁹⁸ también sitúa a la verdad como fundamento de la rectificación al este derecho ser una garantía de la verdad informativa que “consiste en la duplicidad de versiones que facilitan la personal construcción o averiguación de la verdad”. La rectificación mediante el contraste de opiniones tiene como objetivo la verdad informativa, aunque puede no aportar la versión definitiva ya que el órgano judicial queda eximido por la sumariedad del procedimiento verbal de la obligación de una completa indagación de la verdad tanto de los hechos

¹⁹⁶ Bel, I.: *Derecho de la Información. Sujetos y medios*. Madrid, 1992, pág. 137.

¹⁹⁷ Respetar el derecho a que una información errónea sea rectificadora contribuye a mantener el prestigio de la misión de la prensa. Puglia, en la *Enciclopedia de Pessina*, Vol. IX, voz *Reati di Stampa*, Milán, 1909, pág. 1056.

¹⁹⁸ Cremades, J.: *Los límites de la libertad de expresión en el ordenamiento jurídico español*. Madrid, 1995, pág. 109.

difundidos o publicados como del contenido del escrito de rectificación¹⁹⁹. Sin embargo, sitúa en la senda de la verdad, ya que su investigación y la declaración de los hechos como ciertos siempre podrá instarse y determinarse a *posteriori*, a través de los procedimientos que el ordenamiento jurídico arbitra al efecto.

En esta línea de pensamiento se sitúan Carrillo²⁰⁰, Carreras²⁰¹, Nuvolone²⁰², Krieg y Ugo²⁰³ y Sobrao²⁰⁴; asimismo, el Consejo de Europa justifica el derecho de rectificación por el derecho a la verdad del sujeto universal²⁰⁵.

Sin embargo este no es el sentir unánime de la doctrina, ya que un sector le otorga una marcada connotación negativa: algunos lo ven como una limitación a la libertad de información -Huber, Bourquin²⁰⁶ y

¹⁹⁹ STC 168/1986, de 22 de diciembre, núm. 4 “... es sólo el medio para prevenir o evitar el perjuicio que una información pueda irrogarle...”.

²⁰⁰ Su finalidad última es “la protección de la veracidad informativa”. Carrillo, M.: *Los límites a la libertad de prensa en la Constitución Española de 1978*. PPU, 1987, pág. 146.

²⁰¹ La rectificación no supone una sanción al medio de comunicación que ha dado a conocer la información. Es simplemente un derecho del rectificante que se siente perjudicado por una información que considera errónea. De Carreras, Ll.: *Régimen jurídico de la información*, Barcelona, 1996, pág. 148.

²⁰² *Reati di Stampa*, Milán, 1951, pág. 130.

²⁰³ Krieg y Ugo: *La legislazione penale sulla Stampa*, Milán, 1942, pág. 60.

²⁰⁴ Este derecho se fundamenta en “el respeto a la verdad y el derecho que toda persona tiene a su integridad moral, a que su reputación y buen nombre se mantengan indemnes en la sociedad en que realiza sus propias actividades”. Sobrao, F.: *Op. cit.*, pág. 40.

²⁰⁵ Bel, I.: *Derecho de la Información. Sujetos y medios*. Madrid, 1992, pág. 139.

²⁰⁶ La señalan peor que la censura. El segundo afirma que constituye una sanción al periodista antes de que el Tribunal se pronuncie, aunque “se objetará que el juicio

el Tribunal Supremo de los Estados Unidos²⁰⁷-; otros como un ataque a la propiedad privada -caso de Paccaud y de Duplat²⁰⁸; y otros que abriría la puerta al abuso por parte de los particulares que, confundiendo reputación con susceptibilidad, o por afán de notoriedad, pueden inundar escritos de rectificación las redacciones.

Este sector doctrinal estima la libertad de prensa como el bien máximo, y a las posibles deficiencias de su uso como un mal menor que hay que conllevar; eso sí, en una alarde de tolerancia, admiten la constitucionalidad del requerimiento a una publicación para que rectifique informaciones falsas o difamatorias, siempre y cuando, claro, hayan sido probadas ante un Tribunal.

Desde otros sectores se ha contestado acertadamente a esos argumentos; así, Sobrao²⁰⁹, G. Ballesteros²¹⁰, Loeffler²¹¹, Terrou²¹² y

definitivo no intervendrá con la rapidez suficiente para destruir el efecto de un artículo difamatorio. Parece, sin embargo, que lo que se pierda en rapidez se compensa con la autoridad de la cosa juzgada”. Bourquin, J.: *La Liberté de Presse*, Laussane, 1950, págs. 433 a 435.

²⁰⁷ Sentencia de 25 de junio de 1974. Declara inconstitucional -por contraria a la primera enmienda de la Constitución- cualquier norma dictada por cualquiera de los Estados estableciendo dicho derecho. Para este alto Tribunal, el tamaño, el contenido y el tratamiento de los temas del periódico son decisiones editoriales, y el Gobierno no puede exigir a un periódico la rectificación ya que “la inclusión obligatoria de una información viene a equivaler a la censura”.

²⁰⁸ El periódico constituye un patrimonio, y el respeto a la propiedad impide servirse de la cosa de otro para atacarle; las propiedades literaria, artística e industrial de un diario son respetables en el más alto grado y su protección interesa al orden público.

²⁰⁹ Sobrao, F.: *Op. cit.*, pág. 38.

²¹⁰ González Ballesteros, T.: *Op. cit.*, pág. 37.

Brajnovic²¹³ coinciden en afirmar que no solo no hay tal limitación de la libertad de información ni censura sino que, más bien, la prensa se ve enriquecida con el derecho de rectificación pues coadyuva a la libertad de información ya que favorece la controversia y la diversidad de fuentes; además, la rectificación se limita a los hechos, excluyendo expresamente de su objeto las opiniones. Por otra parte Ugo²¹⁴, frente a la opinión de que los medios son patrimonio privado, opone con sentido que el honor, la fama y la imagen también forman parte del patrimonio personal, y que la propiedad no puede ser un derecho que facilite la manera de ofender a otro impunemente. Por último, la experiencia demuestra que no se debe temer un exceso de accesos al derecho de rectificación; todo lo contrario, ya que no es frecuente que los particulares participen en los medios, ni siquiera en las llamadas “Cartas al director”; eso sin olvidar, como dice Sobrao²¹⁵, los beneficios comerciales que reportan las rectificaciones “que atraen al público lector, porque llevan a las columnas del periódico un alegato vivo que otorga al ciudadano la posibilidad de convertirse en juez de una controversia”.

Por último, un tercer sector, que se muestra favorable al derecho de rectificación, fundamenta su existencia en los mismos principios de

²¹¹ Loeffler, M.: *Pressrescht. Parte II*, Munich, 1968, pág. 251; y Loeffler, M. y Ricker, R.: *Handbuch des Pressrescht*, Munich, 1978, pág. 109.

²¹² Terrou, F.: *La información*, Barcelona, 1970, pág. 111.

²¹³ Brajnovic, L.: *Deontología periodística*, Pamplona, 1967, pág. 137.

²¹⁴ Ugo, G. B.: voz *Stampa* del Nuovo Digesto Italiano, Turín, 1889-1903, pág. 621.

²¹⁵ Sobrao, F.: *Op. cit.*, pág. 39

la justicia en cuanto repara los daños o restablece el equilibrio. Así, destacaremos a Roux²¹⁶, Delle Donne²¹⁷, Jiménez Asenjo²¹⁸, Blin²¹⁹ y G. Ballesteros²²⁰. Sin embargo, sólo estaríamos de acuerdo con ellos si en este caso entendieran la justicia como restablecimiento de la verdad lógica; mas parece que lo entienden como recurso indemnizatorio, lo que no es propio de la rectificación.

Corroborando la tesis que mantenemos, la doctrina del TC confirma la información verdadera como objeto de la libertad de información y, por tanto, su restitución como fundamento de la rectificación. Y ello porque establece que el artículo 20.1d) CE no reconoce el derecho a recibir y dar toda clase de información, sino sólo aquella que se considere verdadera. No se trata de que las opiniones sean diversas (libertad de expresión) sino de que un mismo hecho pueda ser explicado de diversas maneras (libertad de información), todas ellas verídicas desde un punto de vista plural.

En abundante jurisprudencia el TC ha asentado patentemente la doctrina de que el objeto del derecho a la información es difundir hechos verdaderos; así, para tan alto Tribunal, resultan menoscabados los derechos reconocidos en el art. 20.1 d) de la CE tanto si se impide comunicar o recibir información verdadera como si se difunde, se

²¹⁶ Roux, J.: *La loi de 29 de juillet 1881 et les délits de Presse*, París, 1882, pág. 19.

²¹⁷ En *Nuovo Digesto Italiano*, voz *Inserzione*, Turín, 1938.

²¹⁸ Enciclopedia Jurídica Seix, cit.

²¹⁹ Blin, A., Chavanne, H. y Drago, R.: *Traité du droit de la presse*, París, 1969, pág. 50.

²²⁰ González Ballesteros, T.: *Op. cit.*, Pág. 35.

impone o se ampara la transmisión de noticias que no responden a la verdad, siempre que ello suponga cercenar el derecho de la colectividad a recibir sin restricciones o deformaciones, aquellas que sean verdaderas²²¹.

A la vez defiende -como no opuesto a esa declaración de principios- que la difusión de informaciones contrapuestas, que no hayan sido formalmente acreditadas como falsas, con efecto de cosa juzgada, no puede lesionar el derecho reconocido en el art. 20.1 d) de la CE en su doble faceta de comunicar y recibir libremente información verdadera. Es decir, para el TC, mientras no se pretenda corregir unos hechos cuya verdad viene avalada por sentencia firme o insertar una rectificación de igual manera acreditada como falsa, este derecho, además de su primordial virtualidad de defensa de los derechos o intereses del rectificante, supone un complemento a la garantía de la opinión pública libre que establece también el citado precepto constitucional, ya que “el acceso a una versión disidente de los hechos publicados favorece, más que perjudica, el interés colectivo en la búsqueda y recepción de la verdad que aquel derecho fundamental protege”²²². Se trataría, pues, de un cuasi dialéctico contraste de opiniones, pareceres o versiones, del que la audiencia sacaría la síntesis verdadera.

²²¹ FJ 2º de la STC 168/1986, de 22 de diciembre.

²²² Id., FJ 5º.

Hemos de llamar la atención, llegados a este punto, sobre la sumariedad del procedimiento verbal escogido para la LODR que exige al juzgador de una completa indagación de la verdad tanto de los hechos difundidos como del contenido de la rectificación²²³. Esa parece la opinión del TC también cuando manifiesta que no hay duda de que la rectificación judicialmente impuesta en los términos que establece la LODR, de una información que el rectificante considera inexacta y lesiva de sus intereses, no menoscaba el derecho fundamental proclamado por el art. 20.1, d) de la CE, ni siquiera en el caso de que la información que haya sido objeto de rectificación pudiera revelarse como cierta y ajustada a la realidad de los hechos. En efecto, para el TC se trata sólo de un “simple disentimiento” por el rectificante de los hechos divulgados, disentimiento que no impide al medio de comunicación social afectado difundir libremente la información verdadera, ni le obliga a declarar que la información aparecida es incierta o a modificar su contenido; además, para la jurisprudencia constitucional tampoco puede considerarse la inserción obligatoria de la réplica como una sanción jurídica derivada de la inexactitud de lo publicado ya que, por el contrario, “la simple inserción de una versión de los hechos distinta y contradictoria ni siquiera limita la facultad del medio de ratificarse en la información inicialmente suministrada o, en

²²³ Id., FF. JJ. 4º y 6º.

su caso, aportar y divulgar todos aquellos datos que la confirmen o la avalen”²²⁴.

Esta concepción que podríamos llamar “mecanicista” de la rectificación como expediente simplemente preventivo parece confirmarse cuando el TC afirma que la inserción de la rectificación no supone ocultar o deformar una información que, ofrecida con anterioridad, efectivamente sea o pueda ser información verdadera. Y todavía más al decir que “la inserción no implica la exactitud de su contenido, pues ni siquiera la decisión judicial que ordene dicha inserción puede acreditar, por la propia naturaleza del derecho ejercitado y los límites procesales en que se desenvuelve la acción de rectificación, la veracidad de aquella”²²⁵. Es decir, no es que se renuncie de entrada a la verdad en la rectificación, sino que se prima el carácter meramente defensivo y contradictorio de este derecho; se trataría de divulgar la otra versión con independencia de si es verdadera o no, pero con la idea de que, fruto de ese contraste, se pueda formar una opinión verdadera.

El TC al actuar de esta manera confirma la doctrina del legislador para el que son otros los cauces legales que permite nuestro ordenamiento jurídico para determinar la verdad de las informaciones y, en su caso, exigir responsabilidades; de ahí que se haya introducido en el párrafo 4º del art. 6º de la LODR la compatibilidad de la rectificación

²²⁴ Id., FJ 5º.

²²⁵ Id.

con otras acciones jurídicas, como se verá más adelante. Esto no hace más que ratificarlo el TC cuando declara que el ordenamiento jurídico establece las acciones penales y civiles y los procedimientos necesarios para investigar la verdad de los hechos publicados o difundidos, así como para obtener la debida reparación de los perjuicios causados por informaciones inexactas o falsas; acciones y procedimientos de los que ha de resultar la determinación de los hechos como ciertos o inciertos con los efectos de cosa juzgada. Junto a ellos nuestro ordenamiento reconoce además un derecho de rectificación que tiene una finalidad y una eficacia diferentes²²⁶.

Para evitar abusos en la tramitación de la rectificación por una aprovechada interpretación de esta doctrina, el TC enumera unos supuestos en los que el derecho de información reconocido en el art. 20.1 d) de la CE puede ser ciertamente desconocido o lesionado²²⁷:

a) Si la Sentencia ordena la publicación de una información o relato ficticio cuya falsedad o inexactitud le constara al órgano judicial o fuera manifiesta.

b) Si el Tribunal impone a los responsables del medio de comunicación afectado la obligación de desdecirse o negar la verdad de la versión de los hechos inicialmente publicada, sin haber contrastado previamente su falta de verdad o inexactitud.

²²⁶ Id., FJ.

²²⁷ Id., FJ 3°.

c) Si otorga carta de autenticidad a la versión ofrecida por quien solicita la rectificación, sin haber procedido a una previa y adecuada investigación de la verdad. Es decir, como veremos al desarrollar el párrafo 2° del art. 5°, para el TC los órganos judiciales competentes pueden y deben realizar un control sobre la verdad de la rectificación al enjuiciar la demanda de rectificación; lo que no significa, sin embargo, que tengan la obligación de indagar exhaustivamente la verdad.

3.3.2 El derecho de rectificación como garantía institucional de la verdad informativa.

Como lógica consecuencia de su fundamento en el restablecimiento de la verdad informativa, la rectificación toma la forma de garantía institucional de esa información.

Por eso, acertadamente, para el TC el derecho de rectificación es un sistema de protección del derecho de acceso a la información verdadera. Estima que, en un contexto en que la libertad de información adquiere una clara primacía, no cabe excluir que informaciones concretas puedan provocar reacciones por parte de los afectados que merezcan ser protegidas jurídicamente mediante el ejercicio de las acciones oportunas de derecho de rectificación, de protección civil del honor, la intimidad o la propia imagen, o incluso penales.

Lo que, a nuestro modo de ver, significa que el acceso a la información verdadera es un derecho fundamental especialmente

protegible y privilegiado, y que los legisladores han previsto unos cauces jurídicos tasados para rectificar la información y otros para indemnizar los daños causados al ofendido.

Más aún, nos lleva a pensar que el TC no configura el derecho de rectificación como una sanción, sino como un sistema de protección jurídica del derecho a la información verdadera que, en virtud de su finalidad preventiva corrige, pero no sanciona²²⁸.

En este sentido, es de extraordinaria importancia la STC 168/1986, de 22 de diciembre que tuvo una profunda repercusión en los medios informativos españoles, que la recibieron, injustamente, con cierto rechazo. Precisamente basándose en el FJ 5º de esta sentencia, Cremades²²⁹, con buen juicio, establece que el derecho de rectificación es una garantía de la verdad informativa que consiste en la duplicidad de versiones que facilitan la personal averiguación de la verdad; superando los intereses del rectificante, supone una garantía más de la existencia de una opinión pública libre, ya que el acceso a esas versiones diferentes favorece el interés colectivo de recepción de la

²²⁸ FJ 5º de la STC 286/1993, de 4 de octubre.

²²⁹ Cremades, J.: *Das Grundrecht der Meinungsfreiheit in der spanischen Verfassung*. Berlín, 1994, pág. 102 y *Los límites de la libertad de expresión en el ordenamiento jurídico español*. Madrid, 1995, págs. 109 y 262. Cremades incluye el derecho de rectificación en el estudio de las garantías constitucionales de la libertad de expresión, aunque aclara en la pág. 104 “que no es de rango constitucional pero reviste una singular importancia por integrarse en un patrimonio jurídico de titularidad universal”. Pero también lo incluye como “Garantía extraconstitucional para la protección de la verdad en la comunicación pública” en la pág. 255. Ver también

verdad que el art. 20.1.d) reconoce y garantiza. Por eso afirma el TC en esa sentencia que el derecho de rectificación no menoscaba el derecho fundamental a la información ni siquiera en el caso de que la información que haya sido objeto de rectificación pudiera revelarse como cierta y ajustada a la realidad de los hechos; no impide difundir libremente la información verdadera, ni supone obligar a declarar que la información aparecida es incierta o a modificar su contenido; incluso tras la inserción de la rectificación el medio puede ratificarse en su versión de los hechos, pudiendo también aportar y divulgar aquellos datos o testimonios que la confirmen o avalen. La publicación del escrito de rectificación no implica otorgar carta de autenticidad a la versión rectificadora: la investigación de la verdad y la declaración de los hechos ciertos siempre podrá instarse y determinarse *a posteriori*, a través de los procedimientos arbitrados al respecto, concluye dicha sentencia.

Sin embargo, Aguilera²³⁰ no interpreta así esta sentencia; en su opinión el esquema teórico de la misma responde al derecho de rectificación como uno de los límites de la libertad de prensa. La gran amplitud con que el alto Tribunal ha interpretado el derecho de rectificación, para este autor contrasta con el “erróneo planteamiento filosófico de la LO 2/1984, de limitar la rectificación sólo a los hechos”.

Vilas, J.: *El “derecho” a la información mendaz. Revista de Derecho Político*, núm. 27-28, pág. 289.

²³⁰ Aguilera, A.: *La libertad de expresión del ciudadano y la libertad de prensa o información (posibilidades y límites constitucionales)*. Granada, 1990, págs. 40-43.

Para Aguilera, tal solución potencia el derecho a la libertad de expresión del ciudadano (en su manifestación de derecho de rectificación), como límite a la libertad de prensa. Nos parece evidente que el planteamiento de este profesor falla, primero porque establece la rectificación como manifestación de la libertad de expresión (cuyo objeto son las opiniones) cuando lo es de la de información (cuyo objeto son los hechos); de ahí que lo vea como un límite a la libertad de expresión -cuando no lo es- y no como garante de la libertad de información cuando repone la verdad. Pero es que, además, el TC en esta Sentencia y en otras muchas -como veremos enseguida- ha dejado bien sentado que la rectificación se limita a los hechos. Pero lo que más nos llama la atención, por lo contradictorio, es que considere erróneo limitar la rectificación a los hechos, pues lo contrario, incluir las opiniones, sí que sería limitar la libertad de expresión.

En sintonía con esta concepción garantista de la rectificación que venimos sosteniendo, se sitúan diversos autores. Uno de ellos es Marc Carrillo²³¹ para quien este derecho constituye una “garantía de la veracidad informativa”, en coherencia con la exigencia constitucional del derecho a comunicar o recibir información verdadera por cualquier medio de difusión reconocida en el art. 20.1, d) de la CE. Y ello porque la libertad de prensa y, en general, la libre comunicación de información (téngase en cuenta lo ya dicho sobre el derecho a comunicar

²³¹ Carrillo, M.: *Los límites a la libertad de prensa en la Constitución Española de 1978*. PPU, 1987, págs. 145 y 166.

información, la universalización del acceso y la facultad de difusión), pensamientos y opiniones no es un monopolio de los profesionales de la prensa sino un derecho reconocido a todos los ciudadanos.

En la misma línea se muestran Manuel Jaén Vallejo²³² y Porfirio Barroso y M^a del Mar López Talavera²³³; para estos dos últimos es una garantía del ciudadano afectado por una información inexacta que le facilita el acceso al medio de comunicación en el que aquella se difundió para reponer la verdad. Sin embargo se equivocan cuando lo estiman una limitación *sui generis* a la libertad de expresión (ya hemos dicho que ese no es el ámbito de la rectificación).

Lógicamente, la corriente garantista no es unánime en la doctrina; así, algunos autores le asignan una finalidad preventiva o profiláctica, como J. Beneyto²³⁴, que califica el derecho de rectificación como “expediente de apaciguamiento”, Terrou y Solal²³⁵ para los que es un “medio de prevención de particular interés”. Pero, como ya se ha dicho, ni apacigua ni previene: repone la verdad informativa o la sitúa en posición jurídica de restablecimiento.

²³² Jaén Vallejo, M.: *Libertad de expresión y delitos contra el honor*. Madrid, 1992, págs. 72-75. La rectificación fortalece el derecho fundamental proclamado en el art. 20.1d) de la CE desde el momento que sirve a la verdad de la información. El escrito de rectificación contribuye a la búsqueda de la verdad y, más que limitar la libertad de información, constituye un complemento a la garantía de la existencia de una opinión pública libre. Por tanto es manifiestamente compatible con el derecho a comunicar y recibir libremente información veraz.

²³³ Barroso, P. y López Talavera, M^a del Mar: *Libertad de expresión y sus limitaciones constitucionales*, Madrid, 1998, pág. 226.

²³⁴ Beneyto, J.: *Ordenamiento jurídico de la Información*, Madrid 1961, pág. 291.

Mención aparte merece este último autor, Solal, que mantiene diversas posturas al respecto, pues también lo contempla como forma de legítima defensa²³⁶ y como sistema de control de la prensa²³⁷. Coinciden con él, en la primera acepción, Delle Donne²³⁸, Jiménez Asenjo²³⁹, González Ballesteros²⁴⁰ y Freitas²⁴¹; con Sobrao²⁴², pensamos que en la rectificación no se dan los requisitos que justifican la legítima defensa; se trata de, en virtud del dar cada uno lo suyo, la restitución de la verdad en la información de acuerdo con un procedimiento ya reglado. Y Pinto²⁴³ está conforme en considerar la rectificación como un sistema de control de la prensa.

Otros, como Jiménez Asenjo²⁴⁴, le asignan naturaleza penal por cuanto la ley obliga a hacer algo que no se hubiera hecho libremente. Pero esta tesis carece de valor jurídico, toda vez que no hay sanción

²³⁵ Terrou, F. y Solal, L.: *El derecho de la información*, París, 1952, pág. 356.

²³⁶ “El derecho de respuesta se justifica por la legítima defensa (...). La ley reconoce pues a toda persona el derecho de defenderse ella misma de forma inmediata, mediante el envío de una respuesta que el diario está obligado a insertar”. Solal, L.: *Dictionnaire du Droit de la Presse*, París, 1959, pág. 119.

²³⁷ Control de los medios por el público o “sistema rectificativo”. Solal, L.: *Dictionnaire du Droit de la Presse*, París, 1959, pág. 172.

²³⁸ Delle Donne, en la voz *Inserzione* del Nuovo Digesto Italiano, Turín, 1938.

²³⁹ *Enciclopedia cit.*, pág. 714.

²⁴⁰ González Ballesteros, T.: *Los derechos de réplica y rectificación en prensa, radio y televisión*, Madrid, 1981, pág. 27

²⁴¹ Freitas Nobre, J.: *Le Droit de Réponse y la nouvelle technique de l'information*, París, 1973, págs. 17 y ss.

²⁴² Sobrao, F.: *Op. cit.*, pág. 45.

²⁴³ Pinto, R.: *La liberté d'opinion et d'information*, París, 1955, pág. 177.

²⁴⁴ Jiménez Asenjo: *Delitos de Imprenta*, en Enciclopedia Jurídica Seix.

sino que consiste en una reparación en la que el rectificante no puede excederse en los términos y, además, no existe tipificación legal.

Según Sobrao²⁴⁵ la naturaleza de la rectificación es de carácter civil ya que si se causa un daño indebido en el buen crédito o la fama del particular surge la responsabilidad civil que impone la reparación del perjuicio producido; por las especiales características del medio de producción del daño, la forma más completa y sencilla de reparación es la de permitir al perjudicado que inserte sus argumentos en el periódico en que la lesión se ha producido, neutralizando el perjuicio sufrido²⁴⁶. Sin embargo no se trata de indemnizar o reparar daños pues, primero, es posible que no se hayan producido -recuérdese que para el ejercicio de la rectificación sólo se requiere ser aludido-, y, segundo, la LODR permite otras acciones con ese carácter indemnizador compatibles con el ejercicio de la rectificación. Volvemos a insistir en que la rectificación se dirige al restablecimiento de la verdad informativa. Además, la rectificación no tiene carácter civil o contractual, sino que se inserta de lleno en el ejercicio de las libertades públicas y, concretamente, en el derecho a comunicar información verdadera, insito en la libertad de información del art. 20.1d) de la CE; se podría decir que su naturaleza es por tanto social, no civil, de donde deviene su carácter de garantía institucional -política- para la reposición de la verdad en la información.

²⁴⁵ Sobrao, F.: *Op. cit.*, págs. 45 a 47.

²⁴⁶ Corroborra esta tesis el Tribunal de París en su sentencia de 1 de diciembre de 1953 cuando dice que “el derecho de respuesta es un derecho de naturaleza civil”.

Un enfoque original es el de Luis Escobar²⁴⁷ que encuadra la rectificación en la responsabilidad del informador, que tiene necesidad de respetar la verdad; por eso explica la rectificación como una obligación del medio de comunicación, que debe difundir la respuesta en los plazos y en las condiciones establecidas por la ley; es decir, enfoca la rectificación desde la óptica del medio rectificado, cuando lo propio es hacerlo desde la de la persona rectificante, que es el titular del derecho y quien hace uso de esa garantía y, por tanto, el que insta la reposición de la verdad informativa. Pero hay que decir que la obligación del titular del medio viene después del derecho del aludido.

Otros autores, a nuestro juicio con más tino, sitúan la rectificación en el ámbito de la protección de los derechos de la personalidad -Ll. de Carreras- y del derecho a comunicar información -Aguilera²⁴⁸-; pero, aun sin ser incorrecto, esto no es exacto ni preciso puesto que son múltiples las acciones jurídicas incluidas en esos ámbitos; y, siendo la naturaleza jurídica el conjunto de peculiaridades que caracterizan a una determinada figura y que la constituyen en categoría jurídica, es por su carácter de garantía de la verdad

²⁴⁷ Escobar, L.: *Op. cit.*

²⁴⁸ Defiende, incluso, su carácter de derecho fundamental; de ahí que propugne que contra la negativa del medio, confirmada por sentencia judicial, el ciudadano pueda “acudir al recurso de amparo por presunta violación de su derecho a la libertad de expresión y a comunicar información veraz”. Para ello se apoya en la STC 35/1983, de 11 de mayo. Aguilera, A.: *La libertad de expresión del ciudadano y la libertad de prensa o información (posibilidades y límites constitucionales)*. Granada, 1990.

informativa como protege la rectificación el derecho a comunicar información.

Demuestra que la rectificación es una garantía de la verdad en la información, y sólo eso, la necesidad que tiene de reducirse a los hechos; la verdad lógica, en la que los hechos son comprobables, es la única que permite llegar a aclararlos. Las ideas y opiniones exigen sinceridad y esta no se puede medir por el Derecho, sino por la Ética.

Según la jurisprudencia del TC el concepto de verdad informativa se compone de dos elementos. En primer lugar, la información ha de versar sobre hechos objetivos y reales; no se trata ni mucho menos de transmitir fríamente la narración de un acontecimiento: los hechos se pueden valorar, pero no manipular para desvirtuarlos. En correspondencia, la rectificación deberá limitarse a los hechos de la información que se desea rectificar, excluyéndose, por tanto, la posibilidad de rectificar las meras opiniones subjetivas. Y esto porque la exigencia de la verdad informativa del art. 20.1.d) CE tan sólo afecta a la transmisión de hechos experimentalmente demostrables²⁴⁹. Sin embargo habría que decir en propiedad que el derecho de rectificación pretende restaurar la verdad en el mensaje noticioso, la verdad lógica que mide la adecuación de lo realmente acaecido a la noticia difundida;

²⁴⁹ STC 105/1983, de 23 de noviembre, FJ 11º; STC 168/1986, de 22 de diciembre, FJ 5º; STC 6/1988, de 21 de enero, FJ 5º; STC 51/1989, de 22 de febrero, FJ 2º. Es la postura mantenida, entre otros, por A. Torres del Moral en *Principios de Derecho Constitucional Español*, Vol. I, pág. 427, Madrid 1992; y C. Chinchilla Marín en *Derecho de información, libertad de empresa informativa y opinión pública libre*, Poder Judicial, núm. 3, 1986. pág. 63.

distinta de la verdad criteriológica, como sentido común o criterio con los que hay que medir la verdad de las opiniones.

Esa era la intención del proyecto que presentó el Gobierno a las Cortes, que establecía que se limitaba a los hechos de la información que se desea rectificar; pero tras el dictamen de la Comisión de Justicia e Interior del Congreso se incluyó también junto a los hechos el contenido de un artículo o información, aceptando la enmienda del Grupo Popular²⁵⁰. El Senado cambia de criterio y excluye del mismo al contenido de la información, con el apoyo, ahora sí, del Grupo Popular²⁵¹.

Sin embargo, la doctrina francesa y la legislación italiana incluyen también las opiniones o elementos valorativos de la información²⁵² como objeto de la rectificación.

El segundo elemento caracterizador de la verdad informativa es la que podríamos llamar “diligencia informativa”: no hace falta que el hecho sea exacto o incontrovertible, ya que la naturaleza de la información periodística no requiere que la investigación del hecho sea tan exhaustiva como la que correspondería, por ejemplo, a un juez o a un policía. Lo que da carácter de verdadero a la difusión de un hecho es

²⁵⁰ El Grupo Popular propuso, durante el proceso de elaboración de la LODR (y éste fue el único punto de disenso), que el derecho de rectificación se hiciera extensivo a las opiniones y *cuestiones valorativas*. BOC (Congreso) de 24/10/1983, n° 35-II y DDSS (Congreso) *Comisión de Justicia e Interior*, sesión del 19/10/1983, n° 71, pág. 2453.

²⁵¹ DDSS (Senado), *Pleno*, Sesión de 14/1984; n° 47, pág. 2361.

que el periodista haya sido diligente en su averiguación, haya hecho lo posible para dar la información de la forma más correcta y haya tenido una actitud positiva hacia la verdad. Esto supone que el hecho haya sido comprobado de manera razonable con otros datos objetivos o que el informador haya contrastado la verdad de lo sucedido realizando las verificaciones oportunas. La verdad no se refiere tanto a la exactitud de la información como a la posibilidad de probar que el informador ha actuado con el celo suficiente para llegar a la convicción de que el hecho es razonablemente verdadero. Por tanto, los hechos han de ser comprobados razonablemente; de ahí que no sea verdadera la noticia que se da como verídica, pero que sólo se sustenta en rumores, invenciones o insinuaciones insidiosas.

Así lo pone de manifiesto el TC: “Lo que el requisito de veracidad viene a suponer es que el informador tiene –si quiere situarse bajo la protección del artículo 20.1d)- un especial deber de comprobar la verdad de los hechos que expone, mediante las oportunas averiguaciones, y empleando la diligencia exigible a un profesional. Puede que, a pesar de ello, la información resulte errónea, lo que obviamente no puede excluirse totalmente. Pero las afirmaciones erróneas son inevitables en un debate libre, de tal forma que de imponerse ‘la verdad’ como condición para el reconocimiento del derecho, la única garantía de la seguridad jurídica sería el silencio.

²⁵² Rivero, J.: *Les Libertés Publiques*, Vol. II, París 1980, pág. 239; Burdeau, G.: *Les Libertés Publiques*, París, 1972, pág. 292. Ley italiana 8/2/1948.

Información veraz en el sentido del art. 20.1d) significa, pues, información comprobable según los cánones de la profesionalidad informativa, excluyendo invenciones, rumores o meras insidias”²⁵³.

La jurisprudencia constitucional considera como supuesto de diligencia informativa la inserción de la rectificación al establecer que no cabe estimar que se haya vulnerado el derecho fundamental al honor (y, análogamente al derecho a recibir información verdadera) en el supuesto de error fáctico no malicioso- esto es con menosprecio de la verdad o falsedad de lo comunicado- posteriormente rectificado. Para este Tribunal el hecho de que se proceda a la rectificación tan pronto como el periodista y el medio han conocido, a instancia de la persona afectada, que ésta no había intervenido en los hechos relatados, y se inserte con una composición y extensión similares a la noticia inicialmente difundida, muestra que “el error fáctico no fue malicioso y que, por consiguiente, no actuó el informador con menosprecio de la veracidad o falsedad de lo comunicado defraudando el derecho de todos a recibir información veraz”²⁵⁴.

²⁵³ STC 105/1990 y STC 6/1988, de 21 de enero.

²⁵⁴ FJ 7º de la STC 240/1992, de 21 de diciembre, FJ 2º de la STC 40/1992, de 30 de marzo y FJ 8º de la STC 171/1990, de 5 de noviembre.

3.4 Sumariedad y compatibilidad en el procedimiento del derecho de rectificación.

Cuando definíamos el derecho de rectificación dejamos sentado que pretende restablecer la verdad lógica de una “forma inmediata, sumaria y sencilla, compatible con otros procedimientos jurídicos”. Es decir, una rapidez procesal que consigue gracias a tres factores: por la inmediatez entre el perjuicio producido y su reparación; por el acceso rápido y sencillo al medio de comunicación; y por la sumariedad del proceso conseguida en virtud de un procedimiento judicial ágil.

Esta rapidez en la administración de la justicia junto con la igualdad de las partes -conseguida gracias a la inserción gratuita de la rectificación con relevancia semejante- y su compatibilidad con otros procedimientos caracterizan, como principios inspiradores, el derecho de rectificación, especialmente en cuanto al desarrollo de su procedimiento se refiere.

