

Estudios sobre el **Mensaje Periodístico**

ISSN-e: 1988-2696

<https://dx.doi.org/10.5209/esmp.75509> EDICIONES
COMPLUTENSE

El control del plagio en la profesión periodística en España: un tímido avance ante un gran reto de la era digital

Marina Santín¹

Recibido: 19 de abril de 2021 / Aceptado: 10 de septiembre de 2021

Resumen. Los medios se constituyen en ocasiones en fuente de información para los periodistas. Esta forma de trabajar puede derivar en un periodismo demasiado uniforme e incluso en plagio cuando se abusa de esta fórmula y no se citan las fuentes. Este artículo estudia el plagio desde una doble perspectiva: los medios de comunicación o los periodistas como víctimas y / o culpables de esta práctica ilícita. El trabajo se marca como objetivos indagar en la normativa (códigos deontológicos, libros de estilo y convenios colectivos), las acciones y resoluciones que sobre esta materia han llevado a cabo las instituciones corporativas de la profesión periodística (consejos de prensa y comisiones mediadoras) y los principales medios españoles. El análisis muestra un tímido avance en la lucha contra el plagio en la profesión periodística: se ha incrementado el compromiso de las asociaciones de la prensa y los organismos que arbitran quejas y velan por el cumplimiento de los códigos éticos.

Palabras clave: Plagio; periodismo; propiedad intelectual; uso justo; autorregulación

[en] The control regarding plagiarism in journalism in Spain: a timid advance in the face of a great challenge of the digital age

Abstract. The media are a source of information for journalists on many occasions. This can produce a journalism which is too uniform and, sometimes, may even lead to plagiarism. This article studies plagiarism from a dual perspective: the media or journalists as victims and/or culprits of this illicit practice. The research studies, in depth, the rules (deontological codes, style manual and collective agreements), and the actions and resolutions which have been carried out by the corporate institutions of the journalistic profession (press councils, intermediary commissions) and the main Spanish media. The analysis reveals a timid advance in the struggle against plagiarism in the journalistic profession: there is a greater commitment on the part of press associations and the bodies which deal with complaints and seek to ensure ethical codes are met.

Keywords: Plagiarism; journalism; intellectual property; fair use; self-regulation

Sumario. 1. Introducción 2. La regulación jurídica de los derechos de autor: la indefinición del plagio 3. El plagio como práctica periodística histórica: tipología de casos 4. Objetivos y metodología 5. Resultados 5.1. La gestión del plagio de las agrupaciones gremiales 5.2. La gestión del plagio en el medio: normativa interna 5.3. Las acciones del agraviado ante el plagio 6. Discusión 7. Referencias bibliográficas

Cómo citar: Santín, M. (2021). El control del plagio en la profesión periodística en España: un tímido avance ante un gran reto de la era digital. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 27 (4), 1215-1225. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.75509>

1. Introducción

El contenido periodístico se distribuye hoy en la red y las posibilidades de proteger ese material se diluyen, pues el entorno digital y las nuevas tecnologías permiten almacenar el mismo como archivos binarios y consecuentemente distribuidos digitalmente de forma legal e ilegal en diferentes dispositivos. Esta situación conlleva que las grandes inversiones que los medios de comunicación realizan para conseguir una información de calidad no se puedan rentabilizar como antaño, pues los trabajos periodísticos encuentran nuevas audiencias fuera de la web de los medios que no siempre revierten en ingresos para ellos.

La facilidad que ofrece el entorno digital para copiar y distribuir contenidos ha conseguido desestabilizar modelos de negocio consolidados, cuestionar los límites de la economía del compartir y abrir un debate sobre los derechos de propiedad intelectual (Álvarez-Monzoncillo et al., 2019). Un debate que en el ámbito de la obra periodística puede abordarse desde diferentes perspectivas y en las que el elemento económico y los aspectos morales adquieren gran dimensión. El uso parasitario que de la información hacen los agregadores de noticias como Google o las redes sociales como Facebook y el acceso ilegal a publicaciones *online* por parte de los lectores junto al incremento del plagio en el pro-

¹ Universidad Rey Juan Carlos (Madrid)
E mail: marina.santin@urjc.es

pio entorno periodístico son tres importantes líneas de discusión.

El primer frente de este debate, el uso que los agregadores de noticias hacen de las informaciones de los medios, es el que probablemente más tensiones y literatura académica ha generado (Redondo, 2013; Chyi *et al.*, 2016; Tworek y Buschow, 2016; Santín y Maestro, 2018).

El segundo frente arroja un problema diferente, donde el elemento cultural puede agravar en mayor o menor medida la problemática de la defensa de la propiedad intelectual. En el caso español, donde la cultura de los gratis ha calado en los últimos años, el *Observatorio de la Piratería y hábitos de consumo de los medios digitales* estima que el acceso ilegal a publicaciones ‘online’ triplica el legal y que la prensa española en 2019 perdió 287 millones de euros por la piratería (La Coalición de Creadores e Industrias de Contenido, 2020).

La tercera línea de reflexión sobre la propiedad intelectual en la industria periodística gira entorno al plagio periodístico. El plagio es definido por la RAE como “el acto de copiar en lo sustancial obras ajenas, dándolas como propias” y es una conducta muy antigua en el periodismo que la digitalización ha favorecido. Esta situación ha hecho que en los últimos años el interés por este problema se haya incrementado y con ello el número de trabajos académicos (Lieberman, 1995; Cantarero, 2004; Fedler, 2006; Burgueño, 2008; Lanza, 2009; Phillips, 2011; Lewis, 2007, Lewis, 2020; Lewis y Zhong, 2013; Ramírez-Plascencia, 2015a, 2015b; Gage *et al.*, 2017; Fisher, 2015; Jiménez, 2016; Lestari, 2019) que han prestado atención a esta problemática que unos califican como la “canibalización de noticias” (Phillips, 2011) o la “clonación del periodismo” (Lestari, 2019) y sobre la que se centra este trabajo.

Este artículo profundiza en la casuística del plagio periodístico, analiza la normativa existente sobre esta materia e indaga en los mecanismos utilizados por los medios y los periodistas para hacer frente a este problema, prestando especial atención al caso español y a las actuaciones que sobre esta materia han llevado a cabo las principales instituciones corporativas de la profesión periodística en España. El plagio conlleva saltarse unos principios que constituyen la base sobre los que se construye un periodismo de calidad: contrastar la información y citar las fuentes utilizadas. Si bien los medios suelen adherirse a esos principios éticos no siempre han reprobado por escrito y con claridad esta práctica (Ramírez-Plascencia, 2015a).

2. La regulación jurídica de los derechos de autor: la indefinición del plagio

El trabajo intelectual del periodista y su obra se encuentra dentro del amplio concepto de obra protegida, pero hay mera información a la que los ordenamientos jurídicos no conceden un valor añadido y la eximen de protección. En ese sentido, “los ‘hechos’

no están sujetos a derechos de autor, lo que significa que nadie puede poseer la sustancia de una primicia o exclusiva una vez que se ha publicado” (Aufderheide y Jaszi, 2012). Por ello, las notas informativas escuetas tienen una protección muy limitada frente a la mayor protección de la que gozan otros géneros que requieren de mayor elaboración y que presentan una reconocida creatividad y originalidad².

Al margen de esta excepción general, cada país fija sus leyes para determinar cuándo es correcto utilizar material sin permiso del titular de los derechos de autor. La regulación jurídica que marca las excepciones en materia de propiedad intelectual gira en torno a dos tradiciones jurídicas diferentes: la anglosajona (*Common law*) en la que se defiende el derecho del uso justo (*fair use*), un concepto abierto; y el derecho continental que pone su atención en el “lucro cesante y el daño emergente” y acota las excepciones a supuestos concretos.

Desde hace años se tiende a la “unificación o armonización de los sistemas de protección de los derechos de autor en ambas tradiciones jurídicas” (Díaz-Noci, 2004) y se percibe que la doctrina del *fair use* se ha extendido más allá de los países anglosajones (Díaz-Noci y Tous-Rovirosa, 2012: 462; Espín, 2019: 50). El *fair use* permite a los medios comentar las noticias de sus competidores y para evaluar si ese uso del material protegido por derechos de autor es legítimo se consideran diferentes cuestiones. Por ejemplo, la jurisdicción estadounidense (Copyright Act. 1976. Título 17. Sección 107) analiza cuatro aspectos: el propósito y el carácter con el que se usa el material, la cantidad y la sustancialidad de la porción utilizada, el efecto que tenga en el mercado y la naturaleza de la obra protegida.

En España, en sintonía con las directivas europeas y el Convenio de Berna, se asume el uso honrado como una práctica aceptable y la obra periodística puede ser utilizada por otros medios siempre que se cite correctamente, salvo en los supuestos en los que el trabajo conste de reserva de derechos. En esos casos se requerirá de una previa autorización (Art. 33. Ley de Propiedad Intelectual, LPI).

Son pocas las legislaciones que han llegado a definir el concepto legal de plagio. En España, la LPI no recoge ese término, mientras que el artículo 270 del Código Penal sí lo hace, pero sin definirlo. Esa indefinición normativa obliga a acudir a la jurisprudencia para delimitar ese concepto. Desde esa perspectiva, el Tribunal Supremo define el plagio como todo aquello que supone copiar obras ajenas en lo sustancial y que se presenta como actividad material mecanizada poco intelectual y creativa que carece de

² Un debate emergente en este punto gira en torno a la protección de las obras realizadas con sistemas de inteligencia artificial. Desde las empresas periodísticas se defiende que la producción creativa que tenga un mínimo aporte humano debe ser también protegida (Díaz-Noci, 2020) y los expertos apuntan a la necesidad de adecuar las normas deontológicas al periodismo automatizado en materia de autoría (Ufarte *et al.*, 2021: 677)

originalidad, aunque pueda disfrazarse con aparente ingenio (STS 237/1999, 23 de marzo de 1999).

3. El plagio como práctica periodística histórica: tipología de casos

Los periodistas amplían habitualmente su conocimiento sobre la actualidad con las informaciones que elaboran otros medios de comunicación. Desde el abuso de esta forma de trabajo legítima, el plagio fue entendido durante años como “una realidad unida a la profesión y que, por tanto, suscitaba poco interés” y preocupación (Queralt et al., 2018: 1560).

El plagio en el ámbito del periodismo no es por tanto un asunto novedoso, pues el mismo se remonta al propio origen del periodismo moderno. Los periódicos de forma desenfrenada se copian entre sí durante el siglo XIX (Tworek y Buschow, 2016: 2130). La batalla periodística estadounidense protagonizada por el *New York World* de Joseph Pulitzer y el *New York Journal* de William Randolph Hearst es un ejemplo histórico no solo de fabulación sino también del plagio en la profesión periodística.

Hearst sospechaba que estaba siendo plagiado por el *New York Word* e inventó el nombre de un oficial supuestamente fallecido en un bombardeo. Cuando el *Word* informó de su muerte, el periódico de Hearst reveló que el nombre leído a la inversa era *We Pilfer* (nosotros robamos) y el apellido Theneuz significaba the news (las noticias). Al poco tiempo, el diario de Pulitzer publicó otro nombre inventado que, al ser usurpado por el *New York Journal*, se dio a conocer que era un anagrama en el que se calificaba a Hearst de mentiroso (Sohr, 1998: 33-34). Esta estrategia no era la primera vez que se utilizaba. Años antes, en 1878 el *Chicago Daily News* *Melville Stone*, harto de ver como copian sus noticias sin citarles, había tendido una trampa similar a su rival (Fedler, 2006).

En España en ese periodo y en los primeros años del siglo XX, la práctica de copiar los contenidos de las cabeceras era también algo bastante habitual y los diarios sin sonrojo alguno lo reconocían (Burgueño, 2008: 23). Pero el plagio en el ámbito del periodismo no queda solo en la práctica de copiar el trabajo de otros periodistas, sino que también en ocasiones copian textos o lugares ajenos al periodismo³. Esta mala *praxis* suele ser noticia cuando la protagonizan grandes medios⁴, pero la misma no es ajena a pequeñas publicaciones (Silverman, 2012).

La casuística en torno al plagio ofrece un amplio catálogo de posibilidades y en el ámbito del periodismo hay que ser especialmente cuidadoso. La esencia del hecho noticioso al que responde una noticia, las

tradicionales 5 W, implica que los periodistas partan de un contenido común y que, además, algunas prácticas como la reproducción de notas de prensa, teletipos o incluso las informaciones escuetas no deben catalogarse como plagio. Desde la perspectiva de la disciplina de la lingüística forense, Queralt *et al.* (2018) señalan las diferencias entre la copia de ideas y el plagio lingüístico y advierten que la copia de ideas que puede implicar, por ejemplo, utilizar elementos esenciales de una obra como el argumento, los personajes o la técnica narrativa o metodología creativa del texto no implica en todos los casos un supuesto de plagio.

Norman Lewis que dedicó su tesis doctoral al estudio del plagio en el periodismo, identifica en ese ámbito cuatro modalidades de plagio: 1) De apropiación, cuando a sabiendas y reiteradamente se apropia del trabajo de otro u otros para ofrecerlo como propio. 2) De investigación en el que se combina la información propia y original con las palabras de otra persona a la que se le atribuye insuficiente. 3) Autoplagio que se daría cuando un periodista recicla sus propias palabras y las publica en otro medio y 4) De ideas en los que se identifican los supuestos en los que se detecta falta de creatividad y originalidad (Lewis, 2008: 322).

Del análisis de 66 casos de plagio periodísticos producidos en diez años (de 1997 a 2006) en los medios estadounidenses, Lewis identifica a la primera modalidad como la excepcional y la segunda modalidad con un 88% de los casos como la casuística más habitual (Lewis, 2008: 322).

El plagio en todo caso no se refiere solo al texto, pues es extensible a la utilización ilícita o robo de las fotografías, imágenes y vídeos. Desde la perspectiva del material plagiado, el Colegio de Periodistas de Catalunya cataloga los supuestos de plagio periodístico en los siguientes:

La reproducción textual de un fragmento de una obra literaria, de un trabajo periodístico o de cualquiera otro documento la autoría del cual sea identificable y demostrable.

La reproducción de fotografías o imágenes de cualquier tipo que tengan autoría, independientemente incluso de que estén sujetas a derechos de autor.

La reutilización de fragmentos de entrevistas o de cortes de voz que hayan sido obtenidos por informadores de otros medios y que hayan podido ser capturados a partir de emisiones ajenas. Aunque la reproducción que se haga no sea textual, también puede tener consideración de plagio la difusión sin cita de informaciones que han sido obtenidas a partir de lo que ha sido publicado por otro medio (Colegio de Periodistas de Catalunya, 2016).

Algunos autores (Martínez Fernández, 2017) añaden otra variante: el “plagio consentido”, la reproducción de las notas de prensa o comunicados por parte de los medios sin cambios sustanciales. Una práctica que en ámbito anglosajón se conoce con el nombre despectivo de *Churnalism*, término acuñado por Nick Davies (2008).

³ Ese fue el caso de una periodista de la agencia Efe que en 2006 publicó un reportaje que contenía notables coincidencias de frases y párrafos completos de Wikipedia (Sentencia del TSJ de la Comunidad de Madrid 750/2007, Sala de lo Social, de 19 noviembre 2007).

⁴ Véase los casos de Jayson Blair en *The New York Times* (Brown, 2011, p. 258; Piquer, 2003), Sari Horwitz en *The Washington Post* (El Mundo, 2011) o *Johann Hari* en *The Independent* (Hari, 2011).

4. Objetivos y metodología

Este artículo se marca como objetivos: 1) Analizar la normativa que sobre el plagio mantienen tanto los códigos deontológicos de las principales asociaciones de la prensa como medios de referencia españoles, 2) Indagar en los mecanismos utilizados por los medios y los periodistas para soslayar o defenderse ante el plagio, prestando especial atención al caso español; y 3) Conocer las acciones y resoluciones que sobre esta materia han llevado a cabo las principales instituciones corporativas de la profesión periodística en España.

El proceso metodológico parte para de ello de una fase exploratoria que ha conllevado una revisión de la literatura sobre la materia de estudio: búsqueda de trabajos académicos que incluyesen la palabra plagio y periodismo tanto en español como en inglés en la base de datos de referencia internacional Scopus y en el motor de búsqueda académico de Google. En una segunda fase analizamos todos los expedientes a 31 de diciembre de 2020 relacionados con acusaciones de plagio que han resuelto las tres comisiones de arbitraje de la profesión periodística que operan en España⁵: la *Comisión de Arbitraje, quejas y deontología del Periodismo* de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) de ámbito nacional y el *Consell de la Informació de Catalunya* (CIC) y la *Comisión de Deontología y Garantías del Colegio Profesional de Periodista de Andalucía* (CPPA) de ámbito autonómico.

Además, también hemos entrevistado a la gerente de la Asociación de la Prensa de Sevilla (APS) en la que se ha constituido una *Comisión contra el plagio y robo de fotografías, imágenes y textos*, pionera y única en esta materia en España. El hecho de que la APS haya impulsado servicio jurídico gratuito para hacer frente al plagio convertía a esta asociación en un referente esencial para este trabajo. De la *Comisión contra el plagio y robo de fotografías, imágenes y textos* hemos catalogado los expedientes que ha tramitado en sus cuatro primeros años de funcionamiento (2017-2020).

Para conocer la posición pública de los medios de comunicación sobre la cuestión del plagio, hemos revisado los manuales de estilo o normativa interna que fuese accesible al público y que resultase representativa de los diferentes soportes y medios españoles. El análisis se ha centrado en los diarios *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *La Vanguardia*, *El Periódico de Cataluña*, *La Voz de Galicia*; las agencias *Efe* y *Europa Press*, la emisora radiofónica *SER* y la corporación *RTVE* y las cadenas *Telemadrid* y *EITV* y se ha llevado a cabo en el primer semestre de 2021.

Inicialmente, el estudio solo planteaba la revisión de los libros de estilo, pero ante la falta de actualización de los mismo y la ausencia de normativa específica sobre esta materia se amplió el análisis a los convenios colectivos. En el ámbito de la prensa es habitual que estos hagan referencia a cuestiones relativas de la propiedad intelectual (al menos a los derechos de los periodistas de la plantilla) y es factible que refieran las sanciones que pueden conllevar faltas o infracciones asociadas a incumplimientos que puedan afectar directamente al funcionamiento de la empresa y/o quebranten la buena fe laboral.

Además, hemos cuantificado y analizado los artículos del defensor del lector del diario *El País*, que en los últimos veinte años (2001-2020) han hecho referencia al plagio periodístico. Seleccionamos este diario por ser un referente en el ámbito de la autorregulación. Fue el primer medio en España en aprobar un estatuto de redacción, en instaurar la figura del defensor del lector y más recientemente en regular el derecho de olvido ante la problemática que entrañaba en el ámbito digital (Santín, 2017). Consideramos que los textos del defensor del lector son un instrumento idóneo para conocer el planteamiento ético profesional del diario sobre esta cuestión.

5. Resultados

5.1. La gestión del plagio de las agrupaciones gremiales

La regulación del plagio en los códigos deontológicos de las principales asociaciones de la prensa y colegios profesionales en España ofrece una cierta tendencia al optimismo. En la última década, estas han actualizado su normativa para para adaptarla al entorno digital y otorgar mayor dimensión a esta problemática.

El Código deontológico promovido por el CPC y aprobado en 1992 inicialmente no refería esa conducta, pero desde la actualización que llevó a cabo en 2016 dedica un apartado específicamente a la autoría y al plagio y establece que “las facilidades para ‘copiar y pegar’ que brindan los productos digitales, hasta el punto de convertirse en una práctica redaccional mecánica y cotidiana, nunca deben ser un pretexto para el plagio y la usurpación”. Además, como ya se ha indicado, identifica varias formas de plagio y califica todas ellas de abominables, aunque se puedan presentar con diferentes grados de gravedad.

En 2017, la FAPE también renovó su código deontológico que data de 1993 para exigir de manera más categórica el respeto a los derechos de autor y condenar el plagio explícitamente. Concretamente la nueva redacción señala:

El periodista respetará y hará respetar los derechos de autor y propiedad intelectual que se derivan de toda clase de actividad creativa. Evitará toda forma de pla-

⁵ En España se han constituido diez Colegios de Periodistas. Solo el Colegio de Periodistas de Andalucía tiene una comisión deontológica propia. El Colegio de Periodistas de Catalunya lo ha dejado en manos del CIC, entidad privada que como fundación opera de manera separada del Colegio. El resto de los colegios o no han puesto en marcha su propia comisión o pertenecen al Patronato de la FAPE, primera organización profesional de periodistas de España (Real-Rodríguez, 2020).

gio y prestará especial atención a que la reproducción de contenidos a través de medios tecnológicos no vulnere los referidos derechos (FAPE, 2017).

En sintonía con esta renovación y de forma pionera y única en España, una de sus asociaciones federadas, la APS, creó en 2017 una comisión contra el plagio y robo de fotografías, imágenes y textos que ofrece una cobertura mediadora y jurídica para los periodistas y fotoperiodistas que denuncien que su trabajo ha sido plagiado, una vez que confirmen que, efectivamente, el uso es indebido. En sus primeros cuatro años de funcionamiento se han tramitado 13 expedientes y la mayoría se han resuelto a través de mediación. Aunque el nivel de solicitudes es significativamente bajo si se tiene en cuenta que al servicio se puede acceder de forma gratuita sin necesidad de estar asociado, y que se puede contar con el servicio de una letrada experta en la materia durante el proceso, supone una iniciativa de apoyo a la víctima del plagio incuestionable.

El 76,92% de los expedientes tramitados por esa comisión han resuelto sobre el plagio de fotografías, el 15,38% sobre vídeos y tan solo un 7,7% sobre una información completa de texto e imagen. En algunos casos, en los expedientes se contemplan más de un proceso de mediación, pues la pieza informativa ha llegado a ser plagiada en algún caso hasta por cinco medios distintos⁶.

Siguiendo la estela de la APS y ante el problema que plantea el plagio para la profesión periodística, la FAPE se planteó la creación en 2018 de una comisión similar a la de la asociación sevillana, pero a nivel nacional que no ha llegado a activarse en gran medida por la crisis del sector.

Si las solicitudes que han llegado a la Comisión contra el plagio y robo de fotografías, imágenes y textos de la APS no se pueden considera excesivas, menores son todavía el reducido número de expedientes que por esta temática han resuelto el CIC, la comisión de la FAPE y la comisión de la CPPA (ver tabla I).

Tabla 1. Comisiones que velan por el cumplimiento de los principios deontológicos de la profesión periodística.

	Fecha de creación	Entidad a la que se vincula	Competencias y actividades / Código deontológico de referencia	Específica del plagio	Expedientes presentados / tramitados ⁷
Consell de la Informació de Catalunya (CIC)	1997	Fundación independiente (en origen vinculado al CPC)	Arbitral- carácter moral Código Deontológico de la profesión periodística en Catalunya.	No	7/4
Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo	2004	FAPE	Arbitral-carácter moral Código Deontológico de la FAPE.	No	4/4
Comisión contra el plagio y robo de fotografías, imágenes y textos	2017	APS	Cobertura mediadora y jurídica	Si	13
Comisión de Deontología y Garantías	2017	CPPA	Arbitral-carácter moral Código Deontológico de la FAPE y Código Europeo de Deontología del Periodismo-Consejo Europa	No	0

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por las diferentes comisiones.

El CIC ha incoado siete expedientes por asuntos relacionados con el plagio, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología del Periodismo ha resuelto en cuatro ocasiones sobre este asunto (ver tabla II y III) y la comisión vinculada al CPPA todavía no se ha tenido que posicionar sobre esta materia. Además,

resulta reseñable que no en todos los casos evaluados los agraviados eran periodistas. En los casos resueltos por el CIC, dos de sus expedientes se referían a quejas presentadas por particulares ajenos a la profesión que denunciaban la apropiación indebida de material audiovisual de sus perfiles en redes sociales.

⁷ A 31 de diciembre de 2020 y referidos al plagio.

⁶ Los medios contra los que se han dirigido estos expedientes son: *La Vanguardia* (2 veces), *ABC*, *Catalunya Press*, *Diario Jaén*, *Digital Sevilla*, *El Correo de Andalucía*, *Libertad Digital*, *20 Minutos*, *Esdiario.com*, *Agencia ATLAS*, *Cadena SER* (2 veces), *Estellanoticias.com*, *13TV/Programa 'El cascabel'*.

Tabla 2. Resoluciones del CIC sobre plagio

Expediente	Medio sobre el que recae	Presenta la queja	Material	Dictamen
2371997	<i>Diari de Villanova</i>	No periodista	texto	No competente
F/2012	<i>El Periódico</i>	No periodista	texto	No admitida
G/2014	<i>La Voz de Barcelona</i>			No admitida
11/2017C	<i>Diari de Tarragona</i>	No periodista	Fotografía/texto Redes sociales	Vulnera.
9/2018	<i>Revista Gol Esports</i>	Periodista www.lajornadadelvalles.cat	Texto: Título y entradilla	Conciliador
3/2020	<i>El Independiente, ABC</i> Voz populi, 20 minutos <i>Elcatalan.es, Crónica Global</i> <i>Libertad digital, Economía digital</i> <i>Antena 3, Metropoli abierta, El Mundo Intereconomía y OKdiario</i>	No periodista	Vídeo Redes sociales	Vulnera <i>Elcatalan.es</i> : conciliador:
8/2020	ABC	Estudiante de periodismo– Alega plagio a medios ajenos a él	Texto	No acreditado

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por el CIC.

Tabla 3. Resoluciones de la Comisión de Arbitraje, quejas y deontología del Periodismo sobre el plagio

Resolución	Medio sobre el que recae	Presenta la queja	Material	Dictamen
2012/66	Radiotelevisión de la Región de Murcia, página web Región de Murcia Digital y otros	Periodista ZINE, edición de imagen.	Audiovisual	Vulnera
2015/117	Revista Atalayar.com. Contra el periodista Paco Soto	Periodista Periodistas.es.com	Texto	No vulnera
2019/170	Agencia de Comunicación NEWSLINE y prensa del bufete de abogados “Repara tu deuda”	Periodista Diario de Sevilla	Texto	Vulnera
2020/178	As	Periodista Blog “Periodismo Deportivo de Calidad”	Idea	Vulnera

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la FAPE

5.2. La gestión del plagio en el medio: normativa interna

Los códigos internos de los medios han tenido una evolución menor en lo que han al rechazo del plagio se refiere. En este sentido, resulta oportuno destacar que la mayoría no han adaptado sus libros de estilo a las problemáticas del periodismo digital, un entorno que ha agravado el plagio y la copia. Los diarios españoles esquivan en sus libros de estilo o códigos de conducta el concepto de plagio y son escasas las referencias a este problema. Sea por este motivo u otro el asunto del plagio está ausente en el libro de estilo de *El Mundo*, *Abc*, *El Periódico de Cataluña* o *La Voz de Galicia*.

El Libro de redacción de *La Vanguardia* solo advierte que se debe de citar las informaciones extraídas de otros medios de comunicación (Camps, 2004: 43). El Libro de Estilo de *El País*, un referente en el ámbito de la autorregulación, tan solo se refiere al plagio implícitamente al señalar que es inmoral apropiarse de noticias de paternidad ajena (El País, 2021:24). Con casi los mismos términos lo hace el libro de estilo de Telemadrid. De forma más rotunda abordan este problema otros medios audiovisuales y las agen-

cias de noticias. Por ejemplo, el Libro de Estilo de la Cadena Ser al igual que *El País* señala que es ilícito apropiarse de noticias de paternidad ajena, pero va más allá y califica de malas prácticas el pirateo de la autoría y el plagio, haciendo referencia explícita a este concepto (Cadena SER, 2017: 34). Del mismo modo la cadena autonómica EITB también se manifiestan en su libro de estilo explícitamente contra el plagio: “Se consideran incompatibles con el ejercicio profesional y contrarios a una buena praxis el plagio y el no reconocimiento de la propiedad intelectual, los cuales están legalmente penalizados” (EITB, 2016).

El Libro del estilo urgente de la agencia *Efe* califica el plagio de inaceptable y advierte a sus periodistas de los problemas legales que surgen de las normas nacionales e internacionales sobre propiedad intelectual y de que si la cita periodística es demasiado extensa o no está atribuida correctamente puede implicar una reproducción parcial del original penada. Por todo ello, les lanza la siguiente recomendación: “Si el interés periodístico justifica la reproducción textual de fragmentos de una obra publicada, consultar con quienes tengan sus derechos, antes de recogerla” (Efe, 2011: 282-283).

La reputación se puede ver muy dañada cuando en su plantilla una firma se apropia indebidamente

del trabajo de otro, pero los medios como norma parten de la creencia de que su plantilla cumple con los principios éticos de la profesión y por ello, tal vez, servicios de detección del plagio que han proliferado en los últimos años en el ámbito académico (universidades y revistas científicas) no han llegado a los medios.

El defensor del lector de *El País* en 2012, ante un caso de plagio en sus páginas, señalaba al respecto que resultaría “muy triste, y seguramente impracticable, tener que introducir estas herramientas en las redacciones para comprobar si se respeta, y reconoce debidamente, el trabajo ajeno en todos los originales que se manejan” (Delclós, 2012). Con el paso de los años esta reticencia puede llegar a suavizarse. *The Trust Project*, un consorcio internacional de medios de comunicación que establece estándares de confianza que se deben de cumplir y que trabaja con plataformas tecnológicas para reafirmar ese compromiso y al que se adhieren diarios españoles como *El País* o *El Mundo*, maneja en esta materia desde 2016 como herramientas de referencia *Plagiarism Checker* y *No plag* en su tablón de trabajo⁸. Otra herramienta de verificación de contenido para periodistas es *Plagtracker*, propuesto por el *International Center for Journalists* (Martínez Fernández et al., 2020: 217)

El daño que causa el plagio a la imagen del medio es enorme, los lectores localizan numerosas

informaciones que levantan sus sospechas y las redes sociales y los blogs se convierten a veces en altavoces de denuncia (Casasús, 2001; Pérez Oliva, 2010a, 2010b). Denuncias que, aunque no siempre puedan calificarse de plagio y a veces encajen solo en un periodismo de refrito o de “inspiración” (Pérez Oliva, 2010b), molestan a los lectores y ponen en evidencia la calidad de la producción periodística⁹.

La que fuera defensora del lector de *El País* Milagros Pérez Oliva reconocía que los jefes de redacción deben de evitar cultivar ese periodismo de composición. El control de este y del plagio debe ser una responsabilidad compartida y los editores también deben de revisar los trabajos de los redactores, especialmente cuando están comenzando en el oficio. Si bien Internet facilita el plagio también su detección es más fácil y todos los implicados deberían esforzarse por no caer en esas prácticas reprobables y erigirse claramente contra ellas. En este sentido, la buena fe de la figura del defensor del lector de *El País* sobre este tema se percibe. Desde 2001 en 13 ocasiones ha dedicado su espacio a abordar el plagio o la aparente falta de originalidad de sus textos, reconociendo el mismo en ocho ocasiones y haciendo de ese modo publica esas transgresiones al margen de la sanción que esos plagios hayan podido conllevar. Una autocrítica ausente en otros medios que también han sido sorprendidos en ese ilícito y de los que han dado cuenta algunos plagiados (Salaverría, 2010).

Tabla 4. Artículos del defensor del lector de *El País* (2001-2020) que aluden al plagio periodístico

Fecha de publicación	Título	Admite plagio
14/10/2001	¿Plagio?	Dudoso
23/07/2009	Falsedades, inventos y refritos en la aldea global	SI
05/05/2010	Periodismo de refrito y composición	NO
07/02/2010	Historia de plagio y autoplagios	SI (autoplagio)
27/02/ 2011	El mérito para el que lo gana	SI
06/05/2012	Copiar y pegar	SI
21/06/2012	Demasiados parecidos	SI (reconoce falta de originalidad)
15/01/2012	El ‘negro’ y sus mil avatares	NO
30/01/2013	Copiar y pegar, de nuevo	SI
04/05/2014	El respeto a la obra ajena	SI
1/10/2016	Reproducir sin citar es plagiar	SI
06/09/2018	EL PAÍS no acepta plagios	SI
27/09/2020	De fuentes y comprobaciones	NO (el plagiado es <i>El País</i>)

Fuente: Elaboración propia

Sanciones que son diversas y que van desde el despido o la rescisión de los servicios a una mera amonestación, pues las sanciones dependen de diversos factores en los que se incluye una mayor o menor permisibilidad, pero también la idea de que el plagio “no es un delito monolítico, sino que, como muchos problemas éticos, implica una interacción compleja entre factores individuales y situacionales” (Lewis,

2020) que deben considerarse y que se constatan en las diferentes reflexiones que sobre este asunto han hecho los diferentes defensores del lector de *El País*.

Los convenios colectivos de las empresas periodísticas de estos medios suelen hacer referencia a las faltas que implica el quebranto de las obligaciones de los medios, pero es inusual que refieran al plagio. Si es

⁸ Disponible en: <https://trello.com/b/YbHYmodO/trust-project-indicators>

⁹ Fruto de ese malestar nació en 2011 en Reino Unido, Churnalism.com, una plataforma independiente sin ánimo de lucro creada por *Media Standards Trust* con la misión de comprobar la originalidad de los textos periodísticos.

habitual la referencia al fraude y deslealtad en sentido general. La excepción a la norma la marcan las agencias, pues en sus respectivos convenios colectivos se percibe una clara preocupación por esta materia. Efe explícitamente señala que sus periodistas rechazan contundentemente el plagio, la copia de noticias ajenas sin citar a la fuente y la divulgación de comunicados sin elaboración periodística. La agencia *Europa Press* establece en convenio colectivo que el uso no autorizado de propiedad intelectual ajena a la empresa en el desempeño del propio trabajo, especialmente cuando se trate de fotos, vídeos o noticias elaboradas con gráficos, cuyo uso por el trabajador implica su difusión a terceros puede conllevar desde la sanción de despido disciplinario a la simple falta leve. El grado de la sanción viene determinado por el perjuicio económico que pueda suponer esa infracción a la empresa.

Más allá de las sanciones, sería aconsejable un mayor conocimiento de los periodistas en esta materia. La labor de las universidades resulta clave, pues es ese espacio donde a los estudiantes de periodismo se les forma sobre prácticas aceptables e inaceptables en la profesión (Conway y Groshek, 2009: 465). Las carencias formativas en estas materias son habituales y sería conveniente igualmente que las empresas aseguren una mínima formación de los periodistas en activo sobre propiedad intelectual. Un compromiso que ya asumen algunos medios como *Europa Press*.

5.3. Las acciones del agraviado ante el plagio

Los periodistas o medios identifican con asiduidad que han sido plagiados de forma rudimentaria con consultas del contenido a proteger en Internet en motores de búsqueda o de forma azarosa. Los que se apropian del texto en algunos casos referencian al medio, pero a veces hacen un burdo copiar y pegar y se omite la fuente. Ante estas situaciones, el *modus operandi* de los profesionales agraviados es frecuentemente, según la gerente de la APS, Carolina Fernández, la denuncia pública en las redes sociales. Un espacio en el que el agraviado encuentra el apoyo de la profesión y se le anima a denunciarlo. En pocas ocasiones el asunto se judicializa o, como ya se ha señalado, se acude al apoyo de las instituciones gremiales y en demasiadas ocasiones se asume con resignación.

En las acciones que puede llevar a cabo los periodistas en defensa de sus derechos de autor, el periodista que desempeña su trabajo en el ámbito de un medio debería de encontrar el apoyo de su empresa editora. Denunciar no es fácil para un periodista, pues en ocasiones el plagiado puede no tener las mejores condiciones laborales o económicas y la precariedad o la sensación de impunidad con la que a veces se resuelve el plagio le paralizan (López Alós, 2020). Además, el periodista requiere el apoyo de su empresa en más sentidos, pues su trabajo habitualmente suele ser el resultado de un conjunto de aportaciones que a veces es difícil de individualizar. Esta situación puede complicar la protección de los derechos de los periodistas

en la medida que no siempre se refleja la personalidad de su autor (Agrupación de Periodistas de CC.OO.) y se hace necesario el respaldo de la empresa editora. Empresas que en los últimos años han visto debilitadas sus estructuras organizativas de manera que en la mayoría de los casos no cuentan con departamentos que respondan a problemas puntuales como el que nos ocupa y lo habitual es que recurran a servicios jurídicos externos si la situación lo requiere. De ese modo lo hace la agencia Efe.

A pesar de la crisis estructural de la industria y la escasa inversión que se realiza en esta materia, han proliferado softwares específicos para detectar el uso ilícito del material que circula por la red. Uno de esos softwares a los que acudió la prensa fue a *Attributor* (*Digimarc*). Este inserta huellas invisibles en el material que se quiere proteger para luego poder localizar las copias en la web. En el supuesto de un uso no autorizado, se exige un enlace de regreso al sitio original y una parte de los ingresos de los anuncios en la página o la retirada de la copia. A ese proyecto se sumó la agencia Efe¹⁰ junto a otros medios extranjeros (*The New York Times*, *The Washington Post*, *Financial Times*, *Frankfurter Allgemeine Associated press*, *REUTERS*, *France-Presse*) para defender su trabajo de la piratería (Pérez Peña, 2007, De Alzaga, 2009; El País, 2009).

Al margen de esta iniciativa (más enfocada en la copia que en el plagio) y dado que los procesos judiciales son largos y costosos, los medios priorizan que el primer contacto sea un simple requerimiento para que pongan fin a ese uso indebido y se les advierta que de no hacerlo pueden iniciarse acciones judiciales. Acciones que en el 75% de los casos, señalaba el que fuera director comercial de Efe para Sudamérica, consiguieron el efecto perseguido (Reichertz, 2011).

En todo caso, si un sitio web está utilizando el material de forma no autorizada y este no accede al pago o a retirar el contenido requerido, los medios recurren a la ayuda de los buscadores. Previo requerimiento y con pruebas, Google, por ejemplo, se compromete a eliminar todos los *banners* publicitarios del sitio colocados por la empresa del buscador y desindexar el contenido pirateado de su motor de búsqueda. Algo que puede hacerle un gran daño al plagiador.

Las medidas preventivas y baratas para dificultar la copia del contenido periodístico existen, pero bloquear la opción de copiar y pegar o que con la opción de pegar arrastre alguna advertencia legal no son acciones infalibles. Por ello y, sobre todo, por no restar usabilidad a la web, los medios suelen descartar las mismas.

6. Discusión

A modo de conclusión y respondiendo a los objetivos planteados, se puede indicar que la lucha contra el

¹⁰ En un cuatrimestre de 2011, se encontraron informaciones de Efe en casi 25000 sitios web. Las webs con licencia no superaban las 1300. Estiman que solo el 5% de los que utilizan sus teletipos tiene contratados los derechos de publicación (Diario Libre 2011, citando datos del Departamento comercial de EFE).

plagio en el periodismo español ha avanzado tímidamente en los últimos años. Desde el punto de vista normativo, las asociaciones gremiales de la prensa han renovado sus códigos deontológicos adaptándolos al entorno digital y dedicado más atención en los mismos a este problema. Ese avance ha generado un mayor compromiso contra el plagio de los organismos que arbitran quejas y velan por el cumplimiento de esos códigos éticos. En esa misma línea, la APS ofrece desde 2017 un servicio gratuito de cobertura mediadora y jurídica a los profesionales de la información que sean víctimas del plagio o del robo de sus obras

En contraposición, la mayor parte de los medios siguen estancados en la prevención del plagio. Son pocos los que prestan atención a este problema de manera explícita en sus normativas internas y, desde el punto de vista de la tipología de los medios, las agencias de noticias parecen ser las más comprometidas en la lucha contra este ilícito.

Se percibe en los medios una resistencia a establecer mecanismos de control en las redacciones a pesar del riesgo que para su reputación implica que un contenido propio se base en otro de la competencia. Desde esta perspectiva, entendemos que la implementación progresiva de los muros de pago puede conllevar que los lectores sean más exigentes, reclamando exclusividad en los contenidos, y se muestren más críticos ante situaciones de contenido duplicado. Algo que ya ocurre con los abonados a las agencias de noticias y que conlleva que estas sean normativamente mucho más estrictas que otros medios con sus redactores en la exigencia de la originalidad y la penalización del plagio.

Desde la perspectiva de la víctima del plagio, concluimos que en los medios existe una preocupación por el plagio de sus noticias, pero que se muestran muy pasivos en sus acciones. Suelen descartar medidas preventivas de bajo coste que podrían dificultar la copia de los contenidos por ineficientes y, sobre todo,

por restar usabilidad a la web. Tampoco ayuda el hecho de que las estructuras organizativas de los medios se hayan visto debilitadas, y que en la mayoría de los casos no cuenten con departamentos que den respuesta a problemas derivados del uso ilícito de su contenido. Lo habitual es que recurran a los servicios jurídicos externos en casos muy fragantes que pueden ocasionar un perjuicio económico significativo.

Del estudio realizado se deduce que los periodistas son activos en la denuncia pública del plagio, pero rara vez llevan sus casos a las asociaciones corporativas, acuden a los tribunales y/o exigen la compensación económica que corresponda, aunque dispongan de servicios gratuitos que les ofrecen algunas entidades profesionales. El desconocimiento, la precariedad laboral y la falta de credibilidad en el sistema están detrás de esa actitud.

Sería relevante concienciar a los periodistas del problema, ayudarles “profesionalmente” y fomentar el corporativismo ante esos ilícitos. No se trata de reivindicar una actitud ofensiva sino más bien de impulsar una actitud pedagógica para dar a conocer los derechos de los autores y no incurrir en acciones ilícitas, así como proteger sus obras. En este campo son destacables iniciativas como la de *Europa Press* que por convenio se compromete a dar formación a sus periodistas sobre propiedad intelectual, y la cobertura mediadora y jurídica que la APS ofrece a los periodistas o fotoperiodistas que se ven agraviados por un plagio.

La defensa de la propiedad intelectual es clave para la supervivencia de la industria periodística en un entorno de redes sociales y de dominio de poderosas empresas tecnológicas sin apenas competencia en el mercado. Las medidas antiplagio guardan relación con la calidad de la información en la medida que puede asegurar originalidad de los contenidos, un mayor pluralismo en los puntos de vista, una mayor diversidad y un mayor sentimiento de pertenencia a una profesión que se ha degradado en los últimos años.

7. Referencias bibliográficas

- Álvarez Monzoncillo, J.M., De Haro, G. & López Villanueva, J. (2019). Ten global trends: A literature review on the future of IT, media and the cultural industries. En Z. Vukanovic, M. Friedrichsen & M. Pavlovic (Eds.), *Digital Value Migration in Media, ICT and Cultural Industries*. (pp. 49-73). Routledge.
- Aufderheide, P. & Jaszi, P. (2012). *Copyright, Free Speech, and the Public's Right to Know: How Journalists Think about Fair Use*. Center for Media & Social Impact. American University's School of Communication. <https://bit.ly/3A31ezq>
- Brown, F. (2011). *Journalism Ethics: A Casebook of Professional Conduct for News Media*, Marion Street Press.
- Burgueño, J.M. (2008). *La invención del periodismo informativo*. UOCpress.
- Cadena SER (2017). *En antena. Libro de estilo del periodismo oral*. Penguin Random House.
- Camps, M. (coord.) 2004. *La Vanguardia. Libro de Redacción*. La Vanguardia Ediciones y Editorial Ariel
- Cantarero, M.A. (2014). Periodismo en El Salvador. El “refrito” o plagio en las salas de redacción de los medios informativos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 7(58), 1-13. <https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.1.5>
- Casasús, J.M. (2 de septiembre de 2001). Sobre la plaga del plagio. *La Vanguardia*.
- Chyi H-I, Lewis, S.C., & Zheng, N. (2016). Parasite or Partner? Coverage of Google News in an Era of News Aggregation. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 93(4), 789-815. <https://doi.org/10.1177%2F1077699016629370>
- Colegio de Periodistas de Catalunya (2016). Código deontológico. <https://bit.ly/3mlbAG2>
- Conway, M., & Groshek, J. (2009). Forgive Me Now, Fire Me Later: Mass Communication Students' Ethics Gap Concerning School and Journalism. *Communication Education*, 58(4), 461-482. <https://doi.org/10.1080/03634520903095839>
- Davies, Nick (2008). *Flat earth news*. Random House

- De Alzaga, P. (3 de agosto de 2009). Rich Pearson: Ofrecemos la posibilidad de cobrar por el contenido copiado. *ABC*. <https://bit.ly/3F5BOVP>
- Delclós, T. (6 de mayo de 2012). Copiar y pegar *El País*, <https://bit.ly/2ZGIRns>
- Diario libre. (29 de noviembre de 2011). Efe detecta más de 23,000 sitios web que publican sus contenidos sin licencia. *Diario Libre*. <https://bit.ly/3zYeO7b>
- Díaz-Noci, J. (2004). Derechos de autor y obra informativa. *Telos*, (97), 103-112.
- Díaz-Noci, J., & Tous-Rovirosa, A. (2012). La audiencia como autor: narrativas transmedia y propiedad intelectual del público. Algunas reflexiones jurídicas. *El profesional de la información*, 21(5), 458-467. <https://doi.org/10.3145/epi.2012.sep.03>
- Díaz-Nozi, J. (2020). Artificial Intelligence Systems-Aided News and Copyright: Assessing Legal Implications for Journalism Practices. *Future Internet*, 12 (5), 1-10. <https://doi.org/10.3390/fi12050085>
- EFE (2011). *Libro del Estilo Urgente*. Agencia EFE. Galaxia Guterberg
- El País (2021). *Libro de estilo de El País*. Santillana.
- El País (27 de julio de 2009). Los ‘piratas’ pagarán por copiar noticias. *El País*. <https://bit.ly/3CZYF2Y>
- Espín, J. (2019). *La responsabilidad civil en la propiedad intelectual*. [Tesis doctoral Universidad Complutense de Madrid]. <https://bit.ly/3uzPeo7>
- FAPE (2017). Código deontológico. <https://bit.ly/310gTv5>
- Fedler, F. (2006). Plagiarism Persists in News despite Changing Attitudes. *Newspaper Research Journal*, 2 (2), 24-37. <https://doi.org/10.1177%2F073953290602700202>
- Fisher, M. (2015). Steal this idea. Why plagiarize when you can rip off a writer’s thoughts? *Columbia journalism Review*. <https://bit.ly/3isHDTn>
- Gage J., Hervé, N., & Viaud, M.L. (2017). The Production of Information in an Online World: Is Copy Right?. *Centre for Economic Policy Research*. <https://bit.ly/3A2vSJp>
- Hari, J. (15 de septiembre de 2011). A personal apology”. *The Independent*. <https://bit.ly/3kZTLgs>
- Jiménez, R. (2016). *Cien casos. La ética periodística en tiempos de precariedad*. Universitat Barcelona.
- La Coalición de Creadores e Industrias de Contenido (2020). *Observatorio de la piratería y hábitos de consumo de contenidos digitales 2019*. Madrid: La Coalición de Creadores e Industrias de Contenido. <https://bit.ly/39WTR27>
- Lanza, E. (2009). El plagio entre periodistas: una práctica más habitual de lo que se cree. *Dixit*, (10), 2-7.
- Lestari, R.D. (2019). Shifting Journalistic Ethics in the Internet Age, Case Study: Violation of Journalistic Ethics in Journalistic Products and Journalist Behavior in Online Media. *Journal Komunikator*, 11 (2), 142-150. <https://doi.org/10.18196/jkm.112027>
- Lewis, N.P. (2007) *Paradigm of Disguise: Systemic Influences on Newspaper Plagiarism*. [Tesis doctoral. University of Maryland]. <https://bit.ly/3B8Ijok>
- Lewis, N.P. (2008). Plagiarism Antecedents and Situational Influences. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 85(2), 353-370. <https://doi.org/10.1177%2F107769900808500208>
- Lewis, N.P., & Zhong, B. (2013). The Root of Journalistic Plagiarism: Contested Attribution Beliefs. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 90(1), 148-166. <https://doi.org/10.1177%2F1077699012468743>
- Lewis, N. P. (2020). Plagiarism. En T.P. Vos.& F. Hanusch, F. (Eds). *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. (pp.1-6) Wiley-Blackwell.
- Lieberman, T. (1995). Plagiarize, Plagiarize, Plagiarize... only be sure to call it research. *Columbia Journalism Review*. <https://bit.ly/2ZRM8R6>
- López Alós, J. (8 de febrero de 2020). “El plagio, el silencio y la precariedad”. *CTXT*. <https://bit.ly/3ospMA0>
- Martínez Fernández, J. (2017). *Copia y pega. Cómo las multinaciones contruyen las noticias. Los breves de empresa en los diarios La Vanguardia y El Mundo de Catalunya. Estudio de similitud entre los breves y las notas de prensa*. [Tesis doctoral. Universitat Ramon Llull]. <https://bit.ly/3A5GrLL>
- Martínez Fernández, J., Pozo, F., & Micó, J.L. (2020). “The publication of press releases as a journalistic information. Comparative study of two Spanish newspapers”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 26(1), 215-228. <https://doi.org/10.5209/esmp.67301>
- Pérez Oliva, M. (7 de febrero de 2010a). Historias de plagio y autoplagios. *El País*. <https://bit.ly/3mcPAX8>
- Pérez Oliva, M. (2 de mayo de 2010b). Periodismo de refrito y composición. *El País*. <https://bit.ly/2ZQhJTf>
- Pérez Peña, R. (5 de noviembre de 2007). Publishers See a Way to Track Their Content Across the Net. *The New York Times*. <https://nyti.ms/3F9j6fP>
- Phillips, A. (2011). Journalists as Unwilling ‘Sources’: Transparency and the New Ethics of Journalism. En B. Franklin & M. Carlson (Eds). *Journalists, Sources and Credibility: New Perspective*. (pp.19-60). Routledge.
- Piquer, I. (13 de mayo de 2003). Los 36 artículos falsos de Jayson Blair. *El País*, <https://bit.ly/2Y3NhEd>
- Queralt, S., Marquina-Zarauza, M., & Giménez-García, R. (2018). Evidencias lingüísticas del plagio en el periodismo español. *Estudios del Mensaje Periodístico*, 24 (2), 1559-1577. <https://doi.org/10.5209/ESMP.62234>
- Ramírez-Plascencia, D. (2015a). El periodismo digital y las políticas editoriales en materia de plagio: una discusión necesaria pero ausente. *Palabra Clave*, 18(1), 111-130. <https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.1.5>
- Ramírez Plascencia, D. (2015b). Las disyuntivas legales del periodismo en la era digital. *Acta Republicana. Política y Sociedad*, 14(14), 23-28.

- Redondo, M. (2013). La 'tasa Google' y derechos de internet: los medios contra el buscador y todos contra todos. *Cuadernos del Periodista*, (25), 55-68.
- Real-Rodríguez, E. (2020) Las debilidades de la Colegiación Profesional de Periodistas en España, *Historia y comunicación social*, 26(1), 237-247. <https://doi.org/10.5209/hics.75711>
- Salaverría, R. (17 de febrero de 2010). Plagios y maneras de proceder. <https://bit.ly/311Yu11>
- Santín, M., & Maestro, L. (2018). The digital press and the defence of intellectual property rights: The Spanish conflict as a European Case Study. *Communication & Society*, 31(2), 101-117. <https://doi.org/10.15581/003.31.2.101-115>
- Santín, M. (2017). The problem of the right to be forgotten from the perspective of self-regulation in journalism. *El profesional de la información*, 26(2), 303-310. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.mar.17>
- Silverman, C. (29 de marzo de 2012). The 4 types of serial plagiarists in journalism. *Poynter Institute*. <https://www.poynter.org/reporting-editing/2012/the-4-types-of-serial-plagiarists-in-journalism/>
- Sohr, R. (1998). *Historia y poder de la prensa*. Andrés Bello.
- The New York Times (11 de mayo de 2003). Correcting the record; Times Reporter Who Resigned Leaves Long Trail of Deception. *The New York Times* <https://nyti.ms/39WoIeX>
- Tworek, H.J.S. & Buschow, C. (2016). Changing the Rules of the Game: Strategic Institutionalization and Legacy Companies' Resistance to New Media. *International Journal of Communication*. 10, 2119-2139. <https://bit.ly/3a0VbRE>
- Ufarte, M., Calvo, L., & Murcia, F. (2021). Los desafíos éticos del periodismo en la era de la inteligencia artificial. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 27(2), 673-684. <https://doi.org/10.5209/esmp.69708>

Marina Santín. Doctora en Ciencias de la Información y Licenciada en Periodismo y en Derecho por la Universidad Complutense de Madrid (UCM). Actualmente es profesora Titular de Periodismo en el Departamento de Periodismo y Comunicación Corporativa de la Universidad Rey Juan Carlos (URJC). Se ha especializado en el estudio de los procesos de producción y distribución de contenidos mediáticos. Su principal línea de investigación está centrada en el análisis de la actividad periodística y la aplicación de la deontología profesional a la misma. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0036-0861>