

## Aspectos legales en relación a la publicación de contenidos en Internet

Matías Altamira – Abogado Especialista en Nuevas Tecnologías

Relatoría de María Elena Brizuela

Matías Altamira comienza su exposición enumerando algunos problemas legales generales en Internet, por ej el juego y los casos casinos on line, la pornografía y las cuestiones referidas a la propiedad intelectual.

Desde lo positivo, destaca la posibilidad de opinión y la multiplicación de canales de comunicación.

“Como generalidad cabe aclarar que no hay ley que regule las situaciones que se van generando frente al avance de las nuevas tecnologías, mientras tanto los actores involucrados deben pensar proactivamente y tratar de entender cada uno desde su ámbito hacia donde ir”, comenta Altamira.

Algunas dudas que se generan frente a la publicación de contenidos de Internet:

- ¿Quién es el dueño de los contenidos?
- ¿Las fotos son de todos?
- ¿Cualquiera critica en los foros, agravia e injuria?
- ¿Internet tiene Ley (Argentina)?
- ¿Quién es el responsable de los contenidos?
- ¿Por qué nadie se queja?
- ¿Cómo encuentro al actor de los delitos? (varios perfiles)
- ¿Qué son los Creative Commons?
- ¿Qué pasa con la música que se utiliza en los videos?
- ¿Cuál es la responsabilidad frente a la publicación de imágenes de menores?
- La falta de regulación en relación a la transmisión de radios vía Internet.

Frente a estas cuestiones, lo importante es determinar si estas preocupaciones nacen desde su individualidad como ciudadanos o desde su función como periodista, rescatando la misión social de la profesión.

Altamira repasa alguno de los [principios éticos](#) de Fopea: “los periodistas... se comprometen a buscar la verdad, a resguardar su independencia y a dar un tratamiento honesto a la información. Son objetivos irrenunciables para el periodista el rigor y la precisión en el

manejo de datos con el fin de alcanzar una información completa, exacta y diversa. La distorsión deliberada jamás está permitida”

“El punto clave es: si soy periodista tengo ciertos compromisos éticos, morales y profesionales que respetar, si no soy periodista no los tengo. Entonces la primera gran pregunta es ¿de qué lado nos paramos? ¿cumpló las reglas en mi trabajo y no en mi blog personal? En este cruce de roles tengo un conflicto de intereses”, cuestiona.

Surge la consulta sobre el [caso del diario Washington Post](#) que pretende controlar las opiniones de sus periodistas en las redes sociales (Facebook y Twitter) ¿Esto es legal? “El periodista maneja y difunde información. Si el medio de comunicación, por ej. pagó por sus horas de trabajo, viáticos y estadías para realizar una investigación y luego el periodista amplía esta información realizada en horario de trabajo en su blog, la empresa periodística tendría derecho a reclamar”, aclara Altamira.

Para comenzar a analizar cuestiones referidas a la publicación de contenido la invitación es a asumir el rol profesional en todo momento. Somos periodistas siempre, en todo momento.

Ahora bien, informar ¿es un privilegio del periodista o de todas las personas? De acuerdo al Art. 19 de Declaración Universal de los Derechos Humanos, es un privilegio de todos.

“Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión, este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitaciones de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

“Este artículo, sería algo así como el derecho principal de los Blogger”, ironiza Altamira “que en su mayoría no son periodistas pero opinan y se expresan”.

Ahora bien, la Constitución Nacional en sus Art. 14 y 19, expresa:

**Art. 14:** Todos los habitantes de la Nación gozan de los siguientes derechos conforme a las leyes que reglamenten su ejercicio; a saber: de trabajar y ejercer toda industria lícita; de navegar y comerciar; de peticionar a las autoridades; de entrar, permanecer, transitar y salir del territorio argentino; **de publicar sus ideas por la prensa sin censura previa;** de usar y disponer de su propiedad; de asociarse con fines útiles; de profesar libremente su culto; de enseñar y aprender.

**Art.19:** Las acciones privadas de los hombres que de ningún modo ofendan al orden y a la moral pública, ni perjudiquen a un tercero, están sólo reservadas a Dios, y exentas de la autoridad de los magistrados. Ningún habitante de la Nación será obligado a hacer lo que no manda la ley, ni privado de lo que ella no prohíbe.

Estos son los principios fundamentales por la cual somos libres, en una "libertad total" mientras no interfiera en la "libertad total" de los demás, el orden y la moral pública, en un principio de vida en sociedad.

A continuación surge el debate sobre que es un periodista, según Wikipedia, "es la persona que se dedica al periodismo, en cualquiera de sus formas, ya sea en la prensa escrita, radio, televisión o medios digitales. Su trabajo consiste en investigar y describir temas de interés público y a sí posteriormente llevar a cabo su distribución. Para ello recurren a fuentes periodísticas fiables y verificables. Así elabora sus reportajes, que pueden tomar varias formas para su difusión: oral, escrita, visual."

Existen varios principios que guían la labor del periodista, el principal de los cuales es el respeto por la verdad, el rigor en la búsqueda de la información fidedigna y verificable. En general, se considera buen periodista al que consigue información relevante, breve y exacta en el menor tiempo posible.

Los reporteros y columnistas son un ejemplo claro de un periodista; sin embargo, los editores, fotógrafos y diseñadores no entran en este perfil.

Con la revolución digital han surgido tres tipos de periodismo: el periodismo tradicional, el periodismo participativo (visto en la llamada Web 2.0, donde los ciudadanos generan sus propios canales de distribución como el Blog); y

el periodismo ciudadano, que es usado por los medios tradicionales que solicitan de la ciudadanía compartir con los medios noticias que ocurren en su entorno con informes de audio, fotos o vídeos"- (Wikipedia)

En principio, según esta definición, el periodista podría ser cualquier persona si tenemos en cuenta al periodismo ciudadano y participativo.

Frente a esto Altamira comenta: "Allí, se confunde el rol, la responsabilidad social, ética y moral. El común de las personas no tiene controles éticos y morales propios de la profesión. Entonces, el gran desafío y la gran misión que tiene el periodista es defender su profesión a capa y espada porque tiene que diferenciarse del resto, en capacidad, en creatividad y en normas profesionales".

#### **Algunas preguntas para acercarnos a una definición profesional:**

- El periodista ¿se identifica más con una filmadora o con una videogradora, con una máquinas de escribir o fotocopiadoras?

Hablamos de periodista como generador de la información y si el periodista es el generador de la información ¿por qué les preocupa cómo utilizar determinadas fotos on line?

- ¿El periodista pretender ser periodista o pretende vivir como periodista?

Muchas veces se ve en los blogs y en las redes sociales, el afán de la búsqueda de la verdad y la utilidad social, pero también entran en juego otras variables como el rédito económico, que nos hacen cuestionar sobre determinadas acciones. Para tratar de establecer ciertas pautas surge la línea editorial, línea de proceder y la importancia de tener una línea editorial en cualquier plataforma en la que uno publique.

La línea editorial no es algo taxativo de los grandes grupos, también es aplicable a los blogs y debe existir principalmente para evitar perjudicar a terceros y siempre es importante plasmarla como así también los parámetros de conducta que debe seguir tanto el autor del blog, como los otros participantes

**Jurisprudencia:** Caso: portal Jujuy.com. Juicio a los dueños del portal por la responsabilidad de

un escrito anónimo en su foro que había sido borrado forzándolo a pagar una indemnización o quantum resarcitorio de u\$s 18.000.

<http://www.jujuy.com/?p=24>  
<http://www.habeasdata.org/Caso-Jujuy>  
<http://www.uberbin.net/archivos/opinion/responsabilidad-legal-de-jujuycom.php>

Plantear un código de convivencia claro en los portales libera de posibles demandas. El principio máximo es mostrar diligencia tratando de prever los daños que se puedan causar.

### **Responsabilidad frente a los comentarios de terceros que llegan a los sitios informativos.**

Existen dos posturas a nivel mundial:

- Postura bibliotecario: actúa por reacción frente a una denuncia.
- Postura del editor: control previo

Es importante aclarar cual es la política que el portal va a seguir y ser diligentes en la solución frente a un reclamo.

En conflictos de calumnias e injurias a través de comentarios, en algunos casos se ha aplicado la Doctrina de la Real Malicia, que argumenta que: “que para que un funcionario público fuera indemnizado por una manifestación inexacta o difamatoria referente a su conducta, debía probar que ella había sido hecha con real malicia, o sea, con el conocimiento de su falsedad o con temeraria despreocupación o desinterés por haber sabido si había sido verdadera o no” (Gregorio Badeni)

“Abrimos el juego, queremos participación pero no sabemos que hacer con las quejas y posibles situaciones de calumnias e injurias”, comenta Altamira.

Frente a esto, lo ideal es demostrar **diligencia**:

- Puede técnicamente bloquear determinadas palabras.
- Puede informar claramente que si una persona se siente agraviada puede notificar, evaluar la situación y corregirla.
- Puede plantear reglas de convivencia y participación que serán aceptadas por los que decidan participar en la conversación virtual.

### **La Ley de Internet**

Ley de Internet 26.032 y fue sancionada en junio 05, tiene solamente 3 artículos. En su Art.1 dice

“La búsqueda, recepción y difusión de información e ideas de toda índole, a través del servicio de Internet, se considera comprendido dentro de la garantía constitucional que ampara la libertad de expresión”.

Esta ley nace en contraposición a las situaciones que se estaban viviendo en esos momentos en China y algunas intenciones en Venezuela donde se intentaba limitar el acceso a Internet. Como una forma de garantizar la libre expresión y el acceso a la información.

Por otro lado, el spam está regulado en parte por la ley de habeas data (protección de datos personales) donde hace referencia a la comercialización y formas de campañas de marketing. El spam no puede considerarse “libertad de expresión” porque su objetivo es comercializar.

### **Libertad de expresión vs. calumnias e injurias**

Mientras el art. 14 de la Constitución Nacional garantiza la posibilidad de publicar ideas por la prensa sin censura previa, entonces ¿cual es la diferencia entre la censura previa y responsabilidad? “Yo tengo la posibilidad de expresar todo sin filtrar de antemano el contenido de lo que voy a decir, lo que no significa que no voy a ser responsable por mis dichos”, expresa Altamira.

En este dilema se vuelven a comparar los art.14 y art.19 de la Constitución, mientras uno avala la libertad de expresión, el segundo aporta la responsabilidad frente a ofensas al orden, a la moral pública, o a un tercero,

### **Contenidos**

Podemos distinguir dos posturas: por un lado, los que bregan por contenidos libres, gratuitos y ampliamente compartidos. Por otra parte, los que están a favor de la propiedad privada y de “el que quiera usar que pague” lo que derivaría en una excelente remuneración por el trabajo que realizamos como comunicadores.

Todos, en algún punto estamos a favor de ambas posturas y en una situación real es muy difícil que comulguen.

Generalmente se está a favor de los contenidos libres cuando no somos los creadores de la obra, mientras que si la creación de contenidos es mi actividad principal, voy a estar a favor del pago de contenidos.

En esta disyuntiva nacen en EEUU opciones como los Creative Commons y Copyleft. La realidad es que a nivel mundial el tema de la propiedad intelectual y las nuevas tecnologías no está resuelta.

### Definiciones

**“Creative Commons:** sistema flexible de licencias de derechos de autor orientadas a entregar una amplia gama de niveles de uso que un creador desee otorgar a la comunidad sobre su obra, los que van desde el acceso libre y dominio público hasta rangos más restrictivos.

Las diferentes licencias **Creative Commons** se basan en combinar distintas propiedades. Estas propiedades son:

- **Attribution (by):** Obliga a citar las fuentes de esos contenidos. El autor debe figurar en los créditos.
- **Noncommercial o NonCommercial (nc):** Obliga a que el uso de los contenidos no pueda tener bonificación económica alguna para quien haga uso de contenidos bajo esa licencia.
- **No Derivative Works o NoDerivs (nd):** Obliga a que esa obra sea distribuida inalterada, sin cambios.
- **ShareAlike (sa):** Obliga a que todas las obras derivadas se distribuyan siempre bajo la misma licencia del trabajo original.

Muchas de las licencias Creative Commons se identifican con el acrónimo **CC**, que hace referencia a su nombre.” (Wikipedia)

**“Copyleft:** Modelo alternativo o complementario de propiedad intelectual (copyright). Es una forma de licencia y puede ser usado para modificar el derecho de autor de obras o trabajos, tales como software de computadoras, documentos, música, y obras de arte.

Bajo tales licencias pueden protegerse una gran diversidad de obras, tales como programas informáticos, arte, cultura y ciencia, es decir

prácticamente casi cualquier tipo de producción creativa.

Sus partidarios la proponen como alternativa a las restricciones que imponen las normas planteadas en los derechos de autor, a la hora de hacer, modificar y distribuir copias de una obra determinada. Se pretende garantizar así una mayor libertad para que cada receptor de una copia, o una versión derivada de un trabajo, pueda, a su vez, usar, modificar y redistribuir tanto el propio trabajo como las versiones derivadas del mismo. Así, y en un entorno no legal, puede considerarse como opuesto al *copyright* o derechos de autor tradicionales” (Wikipedia)

Para Altamira, los Creative Commons no varían sustancialmente del art. 2 de la ley de propiedad intelectual 11.723

**Art. 2º** - El derecho de propiedad de una obra científica, literaria o artística, comprende para su autor la facultad de disponer de ella, de publicarla, de ejecutarla, de representarla, y exponerla en público, de enajenarla, de traducirla, de adaptarla o de autorizar su traducción y de reproducirla en cualquier forma.

Existen otras iniciativas interesantes al respecto como: **ColoriURIS** un sistema internacional de gestión y cesión de derechos de autor con efectos legales en 25 países (Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, España, Estados Unidos, Francia, Guatemala, Honduras, Inglaterra, Irlanda, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, República Dominicana, Uruguay, y Venezuela). Este sistema garantiza a través de un [contrato](#) legalmente celebrado entre dos partes que de darse una indebida utilización de los contenidos objeto de la cesión, su titular tendrá una herramienta legal ante un proceso judicial.

El principio general de la ley de propiedad intelectual es decir: el autor es el único que dispone que se hace con su obra, salvo excepciones de la ley.

**Art. 10.** - Cualquiera puede publicar con fines didácticos o científicos, comentarios, críticas o notas referentes a las obras intelectuales incluyendo hasta mil palabras de obras literarias o científicas u ocho compases en las

musicales y en todos los casos sólo las partes del texto indispensables a ese efecto. Quedan comprendidas en esta disposición las obras docentes, de enseñanza, colecciones, antologías y otras semejantes. Cuando las inclusiones de obras ajenas sean la parte principal de la nueva obra, podrán los tribunales fijar equitativamente en juicio sumario la cantidad proporcional que le corresponde a los titulares de los derechos de las obras incluidas.

Yo tengo la disposición y voluntad de compartir mis contenidos y descubrimientos. Surge la consulta sobre periodistas que trabajan para un medio parte de un grupo mayor y cuyas producciones son reproducidas en los diferentes medios del grupo. Mientras uno es empleado y genera contenidos en un horario laboral, esos contenidos son propiedad de la empresa que paga el sueldo. Jurisprudencia: Altamira refiere al caso [Tasini vs New York Times](#), en lucha por los derechos de autor de los periodistas en la que “el Tribunal Supremo norteamericano confirmó la resolución de la segunda instancia, dando la razón a los periodistas y declarando que se había vulnerado la Ley por cuanto que se habían reproducido los artículos en un formato para el que los periodistas no habían prestado su consentimiento”

Art. 28. - Los artículos no firmados, colaboraciones anónimas, reportajes, dibujos, grabados o informaciones en general que tengan un carácter original y propio, publicadas por un diario, revista u otras publicaciones periódicas por haber sido adquiridos u obtenidos por éste o por una agencia de informaciones con carácter de exclusividad, serán considerados como de propiedad del diario, revista, u otras publicaciones periódicas, o de la agencia.

Las noticias de interés general podrán ser utilizadas, transmitidas o retransmitidas; pero cuando se publiquen en su versión original será necesario expresar la fuente de ellas.

Jurisprudencia: Esto remite al caso [Google News vs. periódicos belgas](#) “los periódicos belgas, a través de [Copiepresse](#), la sociedad gestora de sus derechos, denunciaron lo que ellos consideraban un abuso de Google: publicaba sus artículos en caché e indexaba sus contenidos sin respetar el copyright, y ganaron el juicio correspondiente. Google tuvo que

dejar de publicar las noticias que aparecían en los periódicos belgas”

Frente a esto Google News alega que no estaba apropiándose de la información de los diarios on line, sino por el contrario, ayudando a monetizar generando más ingresos al estar bien posicionados en el buscador.

Esto es cierto en parte, por ej. si un usuario de Internet se conforma con leer el título y la bajada de la noticia que aparece en Google News, estaría quitándole visitas al portal de noticias. Por el contrario, si la noticia le interesa y hace clic, le sumaría usuarios al portal.

Frente a esto hay diferentes formas de linkear una noticia, cada una con diferentes consecuencias para el sitio de destino:

- Link a la página principal, donde generalmente está la mayor concentración de banners, ayudaría a monetizar el sitio generando mas visitas.
- Deep Link: En este caso el usuario es transportado hasta una nueva dirección URL, es decir otro web site pero no directamente al home o página principal, sino a una página interior quitando visualizaciones a los principales banners.
- Frammg: tomar (o embeber) la noticia en mi sitio, evitando la visita al sitio que generó la noticia. Permite mostrar un sitio o parte del mismo dentro de un marco o frame, pero como parte del website que se está visitando o visualizando

Los dos problemas más graves en derecho a la propiedad intelectual corresponden al framing y al deeplinking, que causarían un perjuicio económico evitando los banners publicitarios.

Por otra parte, Altamira advierte en el uso adecuado de los metatags: “deben responder al contenido del sitio y la marca evitando caer en competencia ilegal agregando en los metatags por ej. datos de otras empresas mejor posicionadas”.

## La venta de la información

Este derecho está planteado en la Ley de Propiedad Intelectual

**Art. 51.** - El autor o sus derechohabientes pueden enajenar o ceder total o parcialmente su obra. Esta enajenación es válida sólo durante el término establecido por la ley y confiere a su adquirente el derecho a su aprovechamiento económico sin poder alterar su título, forma y contenido.

**Art. 52.** - Aunque el autor enajenare la propiedad de su obra, conserva sobre ella el derecho a exigir la fidelidad de su texto y título, en las impresiones, copias o reproducciones, como asimismo la mención de su nombre o seudónimo como autor.

#### **Delitos contra el honor injurias y calumnias**

**Art. 110.** - El que deshonrare o desacreditare a otro, será reprimido con multa de pesos mil quinientos a pesos noventa mil o prisión de un mes a un año.

**Art. 113.** - El que publicare o reprodujere, por cualquier medio, injurias o calumnias inferidas por otro, será reprimido como autor de las injurias o calumnias de que se trate

La ley se aplica en Internet frente a por ej. blogs donde probadamente se calumnia o injuria a personas o empresas con la posibilidad de darlos de baja. E juego se abre también a los foros.

#### **Localización física de los servidores**

En un principio estaba la idea de que Internet no tenía ley y que nadie podría regular porque la ley difería en función de dónde estaban alojados los servidores de contenidos. La realidad es que cuando la justicia quiere sancionar una acción que considera está mal contra terceros, el bien y el orden público, lo hace.

Jurisprudencia: "A fines del año 2000, [la justicia francesa ordenó al sitio Yahoo!](#) impedir a los usuarios franceses el acceso desde yahoo.com a un sitio de subastas de objetos nazis y le fijó un plazo de tres meses para cumplir esta medida. El caso presenta particular relevancia en tanto sienta un precedente legal sobre si la justicia de un país puede exigir que un sitio de Internet, constituido por una persona

domiciliada en otro Estado, se someta a las leyes de su territorio".

#### **Piratería en Internet**

Un gran tema es la regulación de reproducción de contenidos principalmente audiovisuales en Internet.

En primer lugar intentaron ir contra los portales como Napster y se aplicó la jurisprudencia del caso Sony Beta Max (videograbadora), argumentando que no se puede sancionar a la herramienta por el uso que le va a dar la gente. En el caso Kazza fue diferente porque ellos desde el portal promovían la copia ilegal de estas obras.

#### **El [juicio a Napster](#)**

Como intentar sancionar a cada persona que baja contenidos de la red es materialmente imposible, trataron de buscar los cuellos de botella:

Luego, fueron por los proveedores de Internet y estos argumentaron que su función principal no era ser "policía" de los contenidos que bajaban sus usuarios.

El siguiente objetivo fueron las grandes empresas y verificar por su asignación de IP, sus empleados no bajen música o películas de Internet. Así las empresas empezaron a boquear por sistema el acceso a determinados sitios.

