

Enl@ce: Revista Venezolana de Información,  
Tecnología y Conocimiento  
ISSN: 1690-7515  
Depósito legal pp 200402ZU1624  
Año 7: No. 3, Septiembre-Diciembre 2010, pp. 61-75

Cómo citar el artículo (Normas APA):  
García, A. y Rojo, P. (2010). Los problemas legales derivados  
de la distribución de la información digital. *Enl@ce  
Revista Venezolana de Información, Tecnología y  
Conocimiento*, 7 (3), 61-75

# Los problemas legales derivados de la distribución de la información digital

*Antonio García*<sup>1</sup>  
*Pedro Rojo*<sup>2</sup>

## Resumen

En el presente artículo se trata de hacer un resumen sobre los principios que sirven de bases al desarrollo legislativo en el que actualmente se desenvuelven las empresas informativas; así como el juego de intereses enfrentados que influyeron, o están influyendo de una forma destacada en la aplicación práctica y reconocimiento efectivo de los derechos, o su negación, sobre autoría. El marco de protección legal de empresas informativas e informadores ha sido ampliamente superado por la aplicación de las nuevas tecnologías en la labor profesional de los informadores y en el propio desarrollo de los canales de distribución de los contenidos hacia diferentes segmentos de público. El nuevo escenario digital agudiza viejos problemas: la erosión del pluralismo de los medios, las diferentes formas de explotación lícita e ilícita del contenido periodístico, junto a los derechos de autor y la protección de la intimidad.

**Palabras clave:** nuevas tecnologías, distribución informativa, derechos de autor, propiedad intelectual, intimidad

Recibido: 27-05-10 Aceptado: 20-10-10

---

<sup>1</sup> Doctor en Ciencias de la Información. Profesor Titular de la Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid (España). Ciudad Universitaria. 28040 Madrid (España).  
Correo electrónico: agama@ccinf.ucm.es

<sup>2</sup> Facultad de Comunicación y Documentación. Doctor en Ciencias de la Información. Profesor Titular de la Universidad de Murcia. En el ámbito profesional ha desempeñado labores periodísticas en la prensa especializada en economía y empresa, así como también en el campo de la comunicación organizacional en la oficina española del Parlamento Europeo y el marketing en el sector de las Telecomunicaciones. Universidad de Murcia. Campus universitario de Espinardo. 30100. Espinardo, Murcia (España).  
Correo electrónico: parjo@um.es

# Legal Issues Arising from Distribution of Digital Information

## Abstract

The present article summarize the principles that serve as a bases for the legislation development in which media companies currently operate, as well as the game of competing interests that influenced or are influencing a prominent in the practical implementation and effective recognition of rights, or its denial, authorship. The legal framework protection and business reports has been largely superseded by the application of new technologies in the professional work of journalist and the development of the main distribution content channels to different audience segments. The new digital landscape improves old problems: the erosion of media pluralism, different forms of legal and illegal treatment of journalistic content, and also the copyright.

**Key words:** New Technologies, Information Distribution, Copyright, Intellectual Property, Privacy

## Introducción

Este trabajo se enmarca en el difícil contexto que plantea la información escrita en cuanto al control de la propiedad intelectual en el ámbito del periodismo digital, fundamentalmente en un espacio tan abierto como es internet. Así pues, es necesario promover una delimitación que permita la actuación legal y el trabajo de control que algunas organizaciones, tales como CEDRO (Centro de Derechos reprográficos), están empeñadas en llevar a cabo, la observación y análisis en el proceso interactivo ha sido la causa motriz de esta investigación que llevamos a cabo en un proyecto con la Organización de Periodistas en Internet (OPI), del cual procede este artículo. En este trabajo nos hemos servido de las bases de desarrollo legislativo que hay al respecto, pero también de los datos facilitados por CEDRO que nos permiten entrever

los intereses enfrentados que influyen tanto en la aplicación práctica como en el reconocimiento de tales derechos.

Esta parte del estudio nos permite ver la complejidad de la actividad periodística, toda vez que partiendo de una base común suele especializarse en campos concretos, por lo que dicha actividad es variada por sus múltiples especialidades. Precisamente nuestro objetivo es generar un nuevo planteamiento del problema de los derechos de autor, aplicado al ámbito de los contenidos digitales de los medios de comunicación. Como fuente para el presente artículo hemos utilizado los estudios, investigaciones y trabajos anteriores, a partir de los cuales hemos intentado transformar las ideas iniciales en planteamientos más precisos y estructurados. Consiste en detectar, obtener y consultar la bibliografía y otros materiales útiles

para los propósitos del estudio, con el fin de extraer y recopilar información relevante para nuestro problema de investigación. Esta revisión ha de ser selectiva, en función de las más importantes y recientes. Nuestro estudio es exploratorio y pretende determinar un área para investigaciones posteriores más rigurosas.

Los derechos de autor desempeñan un papel cada vez más importante en las economías más orientadas hacia los productos y servicios de un elevado valor añadido. Un tema que viene ya de lejos, aunque la intención era muy diferente a la de hoy, Foucault sostiene que su origen proviene del interés de las autoridades por "identificar a los responsables de los escritos políticos que les resultaban inconvenientes" (1981:46), porque como dice Heidegger, "el lenguaje es el más peligroso de los bienes" y "la poesía la mas peligrosa y a la vez la mas inocente de las ocupaciones" (1958:140). En este sentido el trabajo periodístico no le va mucho a la zaga.

Hoy, gracias a la tecnología digital las cuestiones relativas a los derechos de autor y derechos afines se han internacionalizado. Las nuevas tecnologías han hecho desaparecer o, al menos, han atenuado las fronteras nacionales, de manera que los problemas no se pueden ya circunscribir al territorio de un Estado ni solventarse a escala nacional.

Las nuevas tecnologías se convierten, en el ámbito de los derechos de autor, en una oportunidad y un peligro. La oportunidad surge de las posibilidades que se abren a sociedad para mejorar su calidad de vida y su eficacia, para disponer de contenidos, informaciones y datos en tiempo real.

El peligro es el de la reproducción masiva e incontrolada de contenidos digitales, sin una remuneración para los titulares de los derechos de dichos contenidos. Las nuevas formas de distribución y reproducción "libre" de contenidos se están articulando hoy en internet a través de los sistemas de intercambio de usuario a usuario (también conocidos como *Peer to Peer Systems* o P2P). Este tipo de distribución genera problemas tanto en los medios digitales como en las principales industrias culturales, como el cine, la música, etc. (Calvi, 2005).

Los derechos de autor son una pieza fundamental de la creación intelectual. La acción legislativa para proteger estos derechos se orienta en torno a dos líneas directrices: por un lado, la intensificación en la protección de los mismos por parte de las autoridades competentes en la materia, y por otro, la globalización de los delitos y la necesidad de castigar las infracciones a escala internacional. Los cambios generados por la tecnología hacen necesario intensificar la protección de estos derechos, de lo contrario se pone en peligro el derecho de los autores a su correspondiente remuneración por su trabajo intelectual. Por todo ello es necesario adaptar estos derechos, incluidos en los convenios internacionales, a los cambios introducidos por las tecnologías digitales y las redes globales.

El objetivo de la protección brindada por los derechos de autor es reconocer a los mismos (en nuestro caso periodistas o las propias compañías periodísticas) un título de autoría intelectual, y por otro lado, una remuneración económica a cambio de su trabajo que le sirva de recompensa

por sus logros creativos, permitiéndoles participar de la continua utilización de sus contenidos y obteniendo una base financiera a sus autores para incentivar ulteriores trabajos creativos. Una iniciativa interesante en este sentido son los acuerdos de remuneración que se han comenzado a establecer algunas empresas informativas y los propios periodistas para la adecuada remuneración por la difusión de sus contenidos en formatos digitales (Palomino, 2005).

El establecimiento, la aplicación y la actualización de la legislación de los derechos de autor forman parte importante de las funciones de los poderes públicos, ya que proporcionan y garantizan, a los profesionales, la acción básica que les permite ganarse la vida y generar ingresos a cuenta de su trabajo. Dicha actualización legislativa se convierte, por tanto, en un elemento esencial para el desarrollo de los contenidos digitales y por ende de la economía digital, dado que el nivel y la calidad de tales derechos condicionan los recursos financieros de compañías periodísticas: negar a una empresa informativa el poder exclusivo de controlar el uso comercial de sus contenidos significaría estrangularla en la práctica, al privarle de sus activos.

### **Los problemas derivados de la explotación del contenido periodístico**

El desarrollo de la tecnología de captura, almacenamiento y distribución de contenidos, además de la existencia de aplicaciones informáticas capaces de manejar esta información, está llevando a contemplar soluciones de Gestión de Conte-

nidos que tan sólo eran proyectos de papel no hace mucho tiempo (Giménez, 2001). La utilización de productos informativos sin el consentimiento de sus autores constituye un grave problema para la industria periodística y la digitalización agravará aun más ese problema. Las medidas tecnológicas para combatir esta utilización fraudulenta son fundamentales, pero no bastan por sí solas. También es necesaria una protección legal eficaz en forma de medidas que deberían aplicarse a escala mundial. De cara a una adecuada protección de la autoría de los contenidos digitales consideramos, al menos, que deberían tomarse las siguientes medidas:

- a) Las empresas informativas y en general las industrias culturales deben controlar la explotación del contenido que producen y financian.
- b) Las excepciones en favor de la copia privada deberán limitarse al sector analógico para permitir un comercio en línea de la propiedad intelectual. Las legislaciones sobre el sector informático y las bases de datos reconocen a la industria informática el derecho a conceder licencias en materia de reproducción para usos privados. Si eso es así la empresa periodística debería estar en condiciones de igualdad con la empresa informática.
- c) Las medidas de protección tecnológica para prevenir el acceso no autorizado o la difusión ilegal de contenidos protegidos por los derechos de autor son esenciales en un mercado globalizado para incentivar la creación intelectual y la inversión en este sector claramente expansivo en la última década. Se deberá prohibir que se burlen estas medidas para evitar la

generación de pérdidas a causa de la difusión de copias ilegales que vulneren el derecho de sus autores.

- d) Se deberá promover la cooperación entre las empresas de telecomunicaciones y las periodísticas en la lucha contra la piratería y el uso no autorizado de contenidos (Informe del Grupo de Alto Nivel de Política Audiovisual, 1999).

Los derechos económicos pueden hacerse extensivos al trabajo organizativo, técnico y económico de las compañías periodísticas, cuyas cuantiosas inversiones deben ser protegidas para permitirles contribuir a la protección de sus profesionales y colaboradores.

Uno de los principales objetivos de los derechos de autor es luchar contra la piratería (producción y distribución ilegal de contenido) y contra la falsa piratería, en relación con actividades de reproducción y distribución que resultan legales por la falta de protección o por una protección insuficiente) ya que supone graves pérdidas para los autores y titulares de derechos de autor y afines (COM 586, 1990).

El desarrollo y la expansión de internet ha facilitado la rapidez en el procesamiento, almacenamiento y distribución de contenidos digitales, sujetos a derechos de autor, a escala internacional, llegando a crear una multiplicación del mismo contenido (Castillo, 2001). Una vez que el contenido se ha difundido a través de la red es muy difícil, sin el adecuado seguimiento, velar para que la autoría del contenido no sea violada, transformado o explotado sin el conocimiento de los titulares, pues la tecnología digital posibilita la

transmisión y copia de gran número de datos con mucha mayor facilidad que en el entorno analógico tradicional. La posibilidad de copia digital y la posibilidad de poner a disposición de virtualmente todo el público conectado a internet el contenido de forma ilícita hace imposible remunerar a sus auténticos creadores, cuando terceras personas pretenden, alegando derecho de cita, obtener beneficio económico de otros. (Díaz, 2003) La Sociedad de la Información hace intervenir a unas categorías de personas que hasta ahora no habían estado ni inmediata ni directamente afectadas por los problemas que planteaba la protección de los derechos de autor y afines. Se trata, en particular, de los fabricantes de materiales y equipos que hay que conectar a las redes, así como de los operadores. En el nuevo entorno digital, todos ellos tienen gran responsabilidad en materia de protección de derechos.

La difusión inmaterial un contenido sujeto al derecho de autor será cada vez más importante en la medida en que la digitalización permita la comercialización de dicho contenido sin soporte. Por consiguiente, la frontera entre un contenido original y sus réplicas en distintos sitios web es cada vez más difusa. Además, el criterio del estricto uso privado de dicho contenido cada vez será más difícil de delimitar. La copia privada de los contenidos podría convertirse, con la tecnología digital, en un modo de explotación fraudulenta por derecho propio, aumentando los riesgos de pirateo y explotación ilícita.

La respuesta a las posibles exigencias normativas que suscite el nuevo entorno jurídico podrá aportarse a nivel nacional o internacional.

Pero, por ejemplo, las intervenciones a escala nacional no están necesariamente determinadas por los mismos requisitos que las supranacionales, y, por consiguiente, no obedecerán a las mismas normas. Es conveniente tratar de impedir que nazca una nueva fragmentación de las medidas de protección al surgir regulaciones nacionales divergentes o incompatibles entre sí y que puedan interferir con la libre circulación de los bienes y servicios de información (COM 382, 1995) La armonización legislativa desempeñará un importante papel en este sentido.

La prensa tiene dos obligaciones contradictorias: la de dar a conocer la verdad y la de respetar la integridad y la dignidad de los individuos. Si ese objetivo es aplicable al contenido de los mensajes, sus autores intelectuales también merecen la misma dignidad de la que hacen gala en sus informaciones. De lo contrario, la infracción de los derechos de autoría intelectual hará surgir muchas contradicciones, tanto en los periodistas como en los lectores. El afán de combinar el derecho a conocer la autoría de una información por parte del usuario y el respeto a la dignidad humana del informador conduce a un replanteamiento de las propias metas del Periodismo y de sus valores en un contexto marcado por la digitalización y la globalización.

Los periodistas hoy en día operan con una sensación de urgencia provocada por la dinámica de internet. Hay que actuar con rapidez. Sin embargo, se parte a menudo del supuesto que un hecho es verdad simplemente porque ha sido identificado como tal en otra parte. La repetición se convierte en confirmación. En la mayoría de las otras

industrias mediáticas la competencia obliga a los rivales a desmarcarse; en la prensa les empuja al mimetismo, cuando no a la imitación pura. Aquí reside el riesgo. Los enemigos de la libertad de expresión se aprovechan de los errores de la prensa para adoptar nuevas formas de censura (WAN, 1999).

Los directores y editores de diarios se enfrentan a un denominador común: tienen que afrontar y salir airoso de una serie de desafíos que ponen en peligro las ventas, las partes del mercado, y en algunos casos, la misma existencia de las cabeceras editoriales. Si los desafíos son de índole muy variada, también lo son las reacciones.

Es precisamente este proceder mimético y uniforme, sin la debida diversidad de informaciones, lo que hace que las estrategias de los editores sean un espejo para otros editores que encaran los nuevos escenarios informativos en un mundo globalizado. En un entorno digital, entre los temas relacionados con los derechos de autor que más preocupación suscitan a los editores se encuentran los siguientes:

La independencia editorial en internet ante la posibilidad de copia indiscriminada.

La introducción de nuevos productos informativos para llegar a públicos más amplios sin que los competidores puedan reaccionar instantáneamente con productos similares.

La creación de nuevos contenidos para despertar el interés de los lectores y la creación de mecanismos de defensa jurídica en caso de robo o copia de tales contenidos para beneficio de terceros.

Las cuestiones que más controversias suscitan en la prensa en relación con los derechos de autor son las relacionadas con la apropiación indebida de los contenidos y con la remuneración adecuada de los periodistas cuando sus creaciones son explotadas en diversos soportes digitales por la empresa informativa. La primera de ellas, la globalización, muestra varias interrogantes: ¿qué implica exactamente la globalización?, ¿se trata de una fuerza positiva o negativa para generar beneficios por la explotación del contenido en múltiples soportes?. El segundo tema, estrechamente vinculado, el de la adecuada remuneración de los informadores, también plantea cuestiones de importancia: ¿cuáles son los criterios para remunerar un trabajo publicado en varios soportes hoy en día (internet, móvil, papel...)?, ¿Es mejor seguir el ejemplo de los competidores o adoptar un sistema propio de remuneración para los autores?

El auge de las redes multimedia es considerado como un gran beneficio para los editores, toda vez que los costes de distribución, comparados con los tradicionales productos impresos, se reducen drásticamente. Pero desde otro ángulo, resulta una pesadilla: una vez colocada en internet, la información está fuera del control de quien la

produce (el periodista que la crea intelectualmente y la empresa que la difunde). Se puede robar, redistribuir, desvirtuar e incluso falsificar. El problema es que en un entorno digital, la propiedad privada no está muy bien protegida y resulta difícil hacer cumplir una reglamentación sobre derechos de propiedad intelectual.

El logro de un mercado de libre comercio tiene como condición necesaria la libre circulación de mercancías (Castro, 2009). La facilidad de acceso a internet permite la entrada masiva de nuevos competidores en el mercado de la información. La confianza y la autenticación plantean un problema a los autores y como consecuencia, el ajuste de los derechos de propiedad es muy complejo, sobre todo a nivel individual. El sistema *Pressmark*<sup>3</sup>, ideado por la *Asociación Europea de Editores de Periódicos*, tiene por vocación solucionar estos problemas. La pregunta clave es: ¿serán los editores quienes administren su propiedad y controlen sus actividades en una economía digital o dejarán en manos de otros este control? En este último caso, hay que saber que será un paso definitivo e irreversible. Este sistema solamente puede funcionar si cuenta con un apoyo masivo del sector de la industria periodística (WAN, 1998).

---

<sup>3</sup> *Pressmark* produce software en el que aparece la “marca de fábrica” de la información en línea distribuida por los periódicos. La compañía es una propiedad parcial de los periódicos que elabora su software para integrarlo en el sistema de producción de cada diario y luego se encarga de la administración de los derechos de propiedad ligados a la distribución de la información. Los proveedores de contenido que usan el sistema tienen que colocar un logotipo con una “P” estilizada en su información en línea. Los documentos incluyen un código invisible integrado en el logotipo para el proceso de autenticación. La “P” sería, al mismo tiempo, una garantía de calidad. Para el usuario, es una manera de separar una información recabada profesionalmente, fiable y de fuente segura, de entre todo el volumen informativo sin relevancia que aparece en internet. Por último, hay un código visible para facilitar la identificación y el pago del copyright, que identifica el año de creación, su autoría, e información sobre exención o no de derechos de copyright. Si se trata de un documento registrado, el pago de los derechos puede hacerse directamente en línea.

Ante el problema de la usurpación de derechos de autor es imprescindible que la prensa actúe rápidamente, estableciendo las reglas para la parte digital de sus operaciones futuras. Si no lo hace, otros lo harán en su lugar. La presión externa puede proceder de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI) o de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Internet ocupa hoy en día la mayor parte del tiempo de ocio de los jóvenes consumidores de información. La mundialización de esta red y las nuevas aplicaciones móviles digitales permiten ofrecer una amplia gama de servicios a los usuarios de información y contenidos de entretenimiento. La tecnología está permitiendo que accedamos a internet a través de la telefonía móvil o incluso de la televisión, terminales para los que ya se crean contenidos específicos. El futuro camina hacia un nuevo sistema virtual (Sandoval, 2000). La digitalización implica la introducción de centrales totalmente informatizadas, así como el tratamiento y la transmisión de toda la información transmitida por las redes de comunicación (voz, datos e imagen) mediante dígitos binarios<sup>4</sup>. La corriente de bits puede ser manipulada gracias a la inteligencia del ordenador, tanto desde la red, como desde la terminal del usuario.

En consecuencia, la recogida, almacenamiento y tratamiento de contenidos digitales solo se justifica para proporcionar un servicio de valor añadido y no puede utilizarse sin autorización legal específica o sin el consentimiento previo ex-

plicito del autor o proveedor de esos contenidos. En ningún supuesto para dar una ventaja ilícita a una empresa con respecto a otras empresas en un sector tan dinámico y competitivo como el multimedia.

### **Otros problemas legales derivados de la privacidad en Internet**

El desarrollo de la Sociedad de la Información se caracteriza por la introducción de nuevos servicios de comunicaciones digitales. El acceso a las redes digitales está ya disponible y resulta asequible para una audiencia muy amplia. Estas redes digitales poseen gran capacidad de procesamiento de información y muchas posibilidades para el manejo de los datos personales. El éxito del desarrollo mundial de estos servicios y su aprovechamiento por parte de los medios de comunicación depende, en parte, de la confianza de los usuarios en que no se pondrá en peligro su intimidad. Vamos a repasar a continuación el estado actual de algunas cuestiones legislativas que, si bien no forman parte del debate jurídico en torno a los medios de comunicación, su desarrollo sí que puede influir sobre la actividad de los profesionales de la información:

Protección de datos: los Estados solamente pueden limitar las disposiciones en materia de protección de datos para que puedan llevarse a cabo investigaciones de actividades delictivas o para garantizar la seguridad nacional, la defen-

---

<sup>4</sup> Los ordenadores tratan toda la información mediante “dígitos binarios”, convirtiéndola en elementos informativos fundamentales denominados bits, con valores de 0 y 1.

sa y la seguridad pública, y aún en estos casos, una medida de este tipo sólo podrá adoptarse cuando “constituya una medida necesaria, proporcionada y apropiada en una sociedad democrática” (DOC 58/CE, 2002: 5).

Spam: en relación con las comunicaciones electrónicas comerciales no solicitadas, los usuarios han de dar su consentimiento previo antes de recibir este tipo de mensajes. Este sistema abarca, asimismo, los mensajes de SMS y los demás mensajes electrónicos recibidos en cualquier equipo terminal, fijo o móvil.

Cookies: Los "chivatos" son datos ocultos intercambiados entre un usuario de internet y un servidor web que quedan archivados en el disco duro del usuario. Su finalidad inicial era conservar datos entre dos conexiones, pero también constituyen un medio de control de las actividades del internauta, que ha sido objeto de muchas críticas. A este respecto, los usuarios deben tener la posibilidad de impedir que se almacene en su equipo terminal un "chivato" o dispositivo semejante. A tal fin, se deberá facilitar a los usuarios información clara y precisa sobre su finalidad y su función.

Información de carácter privado: el suministro de información sobre riesgos de seguridad al abonado debe ser gratuito, salvo los costes nominales en que pueda incurrir el abonado al recibir o recoger la información, por ejemplo al cargar un mensaje de correo electrónico. Los equipos terminales de los usuarios de redes de comunicaciones electrónicas, así como toda información almacenada en dichos equipos, forman parte de la esfera privada de los usuarios

que debe ser protegida de conformidad con el *Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales*.

Programas espía: los identificadores ocultos y otros dispositivos similares pueden introducirse en el terminal del usuario sin su conocimiento y consentimiento para acceder a información, archivar información oculta o rastrear las actividades del usuario, lo que puede suponer una grave intrusión en su intimidad. Sólo debe permitirse la utilización de tales dispositivos con fines legítimos y con el conocimiento de los usuarios afectados.

Puesto que la información contenida en internet adquiere un carácter cada vez más global, esta puede generarse y ser distribuida por cualquier país del mundo, renovándose a intervalos de horas o minutos. La información digital cambia rápida y constantemente e incide, de forma profunda, en los ámbitos económico, comercial y político. La tendencia que seguirán los internautas en los próximos años será la de acceder a la red no solo a través de redes por cable o vía satélite sino a través de medios inalámbricos. Debido al creciente desarrollo de internet, el entorno jurídico en el que operan los profesionales, proveedores de información y operadores redes no es lo suficientemente maduro. Mientras no se cree un entorno jurídico estable y uniforme, la inversión en la creación de contenidos digitales no podrá mantener el ritmo de demanda de los servicios de información en línea. Es urgente pues el desarrollo de un derecho *sui generis* que establezca normas que regulen el manejo de los contenidos digitales y que a la vez

haya una relación con la tradicional configuración de los derechos de propiedad intelectual (De los Reyes, 2002).

Es fundamental, para garantizar la seguridad jurídica y la confianza de los consumidores, establecer un marco claro y de carácter general para determinados aspectos jurídicos del consumo de contenidos digitales, que garantice la libre circulación de los servicios de la Sociedad de la Información, la retribución por parte de los creadores y el retorno de las inversiones por parte de los medios de comunicación. La distribución de contenidos digitales no se limita a internet, sino que incluye otras aplicaciones tales como el DVD, el comercio electrónico o el CD-ROM. La liberalización de las telecomunicaciones provoca una reducción general de los precios y la introducción de sistemas de tarificación más flexibles por lo que respecta a las empresas informativas. La protección jurídica de estas actividades económicas traerá consigo una mayor utilización de las redes digitales.

La distribución digital de contenidos se verá estimulada por la eliminación progresiva de las barreras arancelarias y no arancelarias que afectan a los productos del sector de las tecnologías de la información (ordenadores, programas...), lo que tendrá como consecuencia la reducción de los costes. Dado que las tecnologías mejoran la confidencialidad y facilitan el acceso a la información, debe garantizarse la interoperabilidad de los diversos servicios digitales.

La inmensa mayoría de contenidos en las redes digitales se destinan a fines comerciales completamente legítimos o para usos privados. No obstante, dichas redes también transmiten

una cierta cantidad de contenidos potencialmente nocivos, o bien puede hacerse un mal uso de ellas como vehículo de actividades delictivas. Dada la gran descentralización y el carácter global de estas redes se han puesto en marcha medidas concretas en el ámbito de la justicia para intensificar la cooperación, ya que la aparición de contenidos ilícitos y nocivos produce repercusiones directas en el desarrollo de los contenidos digitales y de las empresas informativas a través de las tecnologías de la información.

La soberanía legislativa, reconocida internacionalmente como una potestad de los Estados, se define por el control sobre un territorio físico y una jurisdicción soberana que prescribe las reglas de conducta que se extiende solo a los acontecimientos y transacciones que guardan alguna relación con ese territorio físico sobre el que se tiene control. Las redes digitales, en cambio, debilitan el significado de la posición geográfica y lo destruyen en tres sentidos distintos:

Primero, los acontecimientos que tienen lugar en las redes digitales ocurren en todos los sitios y por tanto en ningún lugar en particular, sin cruzar los límites geográficos.

En segundo lugar, los contenidos discurren de una red a otra, y a través de muchas infraestructuras y servidores, en una red global sin ninguna localización centralizada.

En tercer lugar, cuando se distribuyen contenidos digitales en red es casi imposible conocer la ubicación física de los promotores, ya que estos se encuentran en ubicaciones virtuales completamente independientes de la localización física

donde se encuentren los interfaces de estos sistemas de distribución.

Por tanto, las redes digitales no son sistemas diseñados a conveniencia de los juristas, ya que las instituciones políticas y legales son inadecuadas para otorgar reglas efectivas y legítimas para este nuevo entorno (Post, 1997). Una característica de estas redes es que funcionan simultáneamente como medio de comunicación y de publicación y, diferencia de los medios tradicionales, admiten diversos modos de comunicación: entre un emisor y un receptor individuales, entre un emisor individual y múltiples receptores, y entre múltiples emisores y receptores. Los usuarios pueden hablar o escuchar de manera intercambiable. En cualquier momento un receptor puede convertirse en suministrador de contenidos, espontáneamente o mediante reexpedición de contenidos de terceros. Por consiguiente, las redes digitales son completamente distintas a los medios y servicios de comunicación convencionales heredados de la era analógica.

Es imprescindible diferenciar entre contenidos ilícitos y otros contenidos nocivos. En cuanto a los contenidos ilícitos existe una completa serie de normas que limitan por distintas razones la utilización y la distribución de determinados contenidos. La infracción de dichas normas acarrea la ilegalidad de dichos contenidos. Determinadas cuestiones no competen a la protección del orden público, sino más bien a la protección de los derechos de la persona y de un entorno que permita el florecimiento de la creación de contenidos (propiedad intelectual). Los contenidos que suponen la violación de los derechos de autor, difamación,

invasión de la intimidad o publicidad comparativa ilegítima, normalmente son abordados por iniciativa de la persona cuyos derechos han sido violados, mediante acción judicial por daños y perjuicios. Los contenidos cobran gran importancia en el contexto de las industrias culturales. Su valor no es sólo meramente económico, sino que poseen atributos éticos y comunicativos. El discurso de las asociaciones de propietarios de derechos de autor limita la cuestión de la propiedad de los contenidos a su dimensión monetaria y olvida otros valores inherentes a la autoría (Pestano, 2006).

Para tratar el contenido nocivo, las acciones deben dar a los usuarios la posibilidad de rechazarlo preferentemente mediante el desarrollo de soluciones tecnológicas (sistemas de filtrado y de clasificación), reforzar la sensibilización de los padres, en caso de que este contenido afecte a los menores de edad y desarrollar una regulación que pueda proporcionar un marco adecuado, en particular para la protección de los menores.

A principios de los años 90, cuando se comenzaron a explotar comercialmente las redes digitales, uno de los problemas más importantes en el plano legal para los administradores de estas era el grado de responsabilidad de los contenidos que aparecían publicados en ellas. No había ninguna legislación que determinara esto claramente, pero cuanto más control sobre dichos contenidos ejercieran los administradores, más susceptibles eran de ser considerados como autores y responsables por ende de cualquier material potencialmente difamatorio.

Uno de los casos más flagrantes en este sentido fue lo que sucedió con el Congreso esta-

dounidense, que temiendo estorbar el desarrollo comercial de internet si se trataba a los creadores de sitios web como editores tradicionales, en 1996 otorgó la inmunidad a los proveedores de servicios en línea. Esto significa que un proveedor de servicios en internet o un administrador de un sitio web interactivo son responsables sólo del contenido creado exclusivamente por ellos y no de los contenidos que distribuyen de terceros. El alcance de esta inmunidad decretada por la legislación resultó muy amplio. La legislación en Gran Bretaña está actualmente en el extremo opuesto. Los proveedores ingleses de servicios en línea pueden ser considerados responsables, como editores, por declaraciones difamatorias hechas por terceros. Los problemas de calumnia no son los únicos. En cada país hay temas sensibles que la ley no tolera que se toquen. Las restricciones geográficas de contenido constituyen obstáculos importantes que habrá que tener en cuenta para que internet pueda funcionar realmente a nivel mundial.

Estas restricciones propias de cada país llevaron a que uno de los mayores proveedores americanos de servicios en línea invirtiera millones de dólares en una nueva tecnología que permitiera aplicar limitaciones geográficas a los contenidos. Obviamente si esto se generaliza, internet ya no podrá funcionar como medio de comunicación global.

Los sitios web venden actualmente todo tipo de productos y servicios inimaginables. Pero solapadamente, y aunque no lo admitan, la mayoría de las compañías punto.com están también recabando y vendiendo información (datos) sobre los consumidores. Las compañías en línea registran

automáticamente todo lo que los consumidores leen y compran porque son datos que valen una fortuna para los expertos en marketing quienes a su vez usan las estadísticas para vender aún más productos y servicios. Detrás de cada sitio web hay un volumen enorme de estadísticas.

Existe una preocupación generalizada sobre la privacidad en internet y comienzan a producirse reacciones en el plano internacional, nacional, individual y editorial. Las empresas utilizan información sobre los consumidores de manera inaceptable. Estas discrepancias, que pueden llegar a ser profundas, han dado lugar en los últimos años a negociaciones de alto nivel entre los Estados Unidos y la Unión Europea. Estas discusiones han acabado en última instancia con la instauración de normas internacionales que regulan el acopio y uso de datos personales obtenidos a través de internet. El Gobierno estadounidense ha intentado proteger a los consumidores de las violaciones de la privacidad por parte de los sitios web comerciales.

Hay tres aspectos más de la cuestión de la propiedad intelectual en internet que merecen ser destacadas en este artículo:

Los nombres de dominio.

Los juicios relativos a “enlaces profundos”.

Los sitios web de “crítica”.

En primer lugar, y aunque en muchos sentidos internet sea ilimitado, el nombre del dominio, o sea el que se usa para designar un sitio, tiene carácter único y es objeto de disputas legales en el plano internacional. Estos litigios surgen entre individuos que han registrado un nombre de do-

minio y los creadores de una marca que acusan a los primeros de infringir la propiedad de la marca. La situación se ve más enrevesada aún por las propuestas anunciadas por la ICANN (*Internet Corporation for Assigned Names and Numbers*) una organización sin fines lucrativos que supervisa el sistema de nombres de dominio, y procura ampliar la posibilidad de crear direcciones en internet con extensiones como “.biz” o “.store”. Estos litigios tienen una parte positiva: muchos de ellos se están resolviendo con rapidez y a costo relativamente bajo a través de un proceso de resolución de litigios internacionales instaurado por la ICANN.

En segundo término, están los problemas generados por los “enlaces profundos”. El término “profundo” aquí hace alusión a la práctica de establecer enlaces con una página distinta a la página inicial o la primera página de un sitio web (home page). Se han entablado juicios en los Estados Unidos entre sitios web rivales que proponen este tipo de enlaces. Los propietarios de los sitios con los cuales se establecen los enlaces sostienen que los demandados no tienen derecho de establecerlos y que al hacerlo los privan de ingresos publicitarios, crean una competencia desleal, y atentan contra sus marcas. Los demandados alegan una serie de argumentos defensivos, incluyendo el derecho de crear enlaces que les otorga la libertad de expresión.

Por último, están proliferando en los Estados Unidos los sitios donde se critican a las compañías. Ciertos grupos de clientes insatisfechos y de defensores de los derechos del consumidor están creando dominios con el nombre de una com-

pañía, seguido de la palabra “sucks” (porquería). Se ha elaborado un proyecto de ley de protección de estos sitios, siempre que no busquen sacar provecho del nombre de la compañía y que las críticas sean justificadas (WAN, 2000).

## Conclusiones

El advenimiento de las redes digitales ha representado una verdadera revolución para el mundo de la distribución de contenidos por los medios de comunicación y la legislación lucha por mantenerse al día con los cambios. Sin embargo, la legislación no ha logrado seguir del todo el ritmo de los cambios. Los legisladores han creado leyes destinadas a responder a las cuestiones de responsabilidad del contenido, de protección de menores, del derecho a la privacidad y de la infracción al derecho de autor. Pero aún queda mucho por resolver.

Las características técnicas de las redes digitales hacen ineficaces determinados tipos de control, debido al modo en que pueden transmitirse los mensajes en cada una de ellas. Así pues, en ocasiones, el control solo puede tener lugar en los puntos de entrada y salida de la red (el servidor a través del cual el usuario obtiene el acceso, o el terminal utilizado para leer o descargar la información, y el servidor de alojamiento en el que se publica el contenido).

Los Estados garantizan, mediante la legislación, la confidencialidad de las comunicaciones realizadas a través de las redes digitales y de los servicios de información accesibles al público. En particular, prohíben la escucha, la grabación, el

almacenamiento u otros tipos de interceptación o vigilancia de las comunicaciones por personas distintas de los usuarios, sin el consentimiento de los usuarios interesados.

Los derechos económicos pueden hacerse extensivos al trabajo organizativo, técnico y económico de las compañías periodísticas, cuyas cuantiosas inversiones deben ser protegidas para permitirles contribuir a la protección de sus profesionales y colaboradores. Una vez colocada en las redes, la información está fuera del control de quien la produce. Se puede robar, redistribuir, desvirtuar e incluso falsificar. El problema es que en un entorno digital, la propiedad privada no está muy bien protegida, y resulta difícil hacer cumplir una reglamentación sobre derechos de propiedad digital.

Respecto a los datos con fines periodísticos también debe quedar garantizado el derecho a la intimidad. En este último caso, el tratamiento de los datos ha de ser transparente, respetando el derecho de acceso y rectificación del interesado a los datos que le conciernen. El interesado tiene derecho a oponerse al tratamiento de sus datos antes de que se efectúe su comunicación a terceros.

La medida más importante consiste en cerciorarse de que la información que se ofrece a los lectores sea analizada y verificada con la misma minuciosidad que cualquier noticia publicada en un medio convencional. Los medios con sitios web o accesibles a través de redes digitales (cable, satélite, móvil) suelen invertir allí menos recursos.

## Bibliografía

- Calvi, J. (2005). La circulación de productos audiovisuales en internet. Análisis de una lógica de distribución, intercambio y reproducción cultural en la era digital. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, nº 65, p. 14-21.
- Castillo, C. (2001). Protección del derecho a la intimidad y uso de las nuevas tecnologías de la información. *Derecho y Conocimiento: Anuario Jurídico sobre la Sociedad de la Información y del Conocimiento*, nº 1, 2001, p. 35-48.
- Castro, J. (2009). El agotamiento de los derechos de propiedad intelectual. *Revista la Propiedad Inmaterial*, nº 13, p. 253-282.
- COM (90) 586. Directiva del Consejo: *Sobre derechos de arrendamiento y préstamo y otros derechos afines a los derechos de autor*.
- COM (95) 382. Libro Verde: *Los derechos de autor y los derechos afines en la Sociedad de la Información*.
- De los Reyes, M. (2002). Principales novedades en la regulación de los derechos de autor ante las nuevas tecnologías. *Ekonomiaz: Revista Vasca de Economía*, nº 51, p. 12-33.
- Díaz, J. (2003). Derechos de autor de los periodistas: El caso de los resúmenes de prensa. *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, nº 14. Recuperado el 14 de julio de 2010, del sitio web: <http://www.ehu.es/zer/zer14/derechosautor14.htm>
- Foucault, M. (1981). *What Is an Author*. Ed. Josue V. Harari, comp. Textual Strategies, Ithaca.Cornell University Press.

- Giménez, J. (2001). Cine en la era digital en España e Iberoamérica. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, n° 11, 2001. Recuperado el 11 de mayo de 2010, del sitio web: <http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/num11/index.htm>
- Heidegger, M. (1958) *Arte y Poesía*, Breviarios, Fondo de Cultura Económica, México, Traducción Miguel Ramos.
- Informe del Grupo de Alto Nivel de Política Audiovisual (1999). *La era digital: la política audiovisual europea*.
- Palomino, C. (2005). Aspectos jurídicos de la profesión del periodista digital: contratos y derechos de autor. *Mediatika: Cuadernos de Medios de Comunicación*, n° 11, p. 211-231.
- Pestano, J. (2006). El enroque audiovisual: Retos del discurso sobre la propiedad de los contenidos en la era digital. *Área Abierta*, n° 15. Recuperado el 17 de abril de 2010, del sitio web: <http://revistas.ucm.es/inf/15788393/articulos/ARA-Bo606330003A.PDF>
- Post, D. (1997). *Gobernar el ciberespacio*. Wayne Law Review.
- Sandoval, M. (2000). Algunas cuestiones sobre el uso de internet para los próximos años". *Revista Latina de Comunicación Social*, n° 31. Recuperado el 17 de octubre de 2009, del sitio web: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/z31jl/88sandoval.htm>
- WAN. 51° Congreso Mundial de Periódicos (1998). *Visiones del futuro III*.
- WAN. 52° Congreso Mundial de Periódicos (1999). *El nacimiento de una nueva era: aceptar el desafío*.
- WAN 53° Congreso Mundial de Periódicos (2000). *Volver a inventar la compañía periodística: estrategias y aciertos*.