# Dos mundos obligados a entenderse

POR **ANDY RAMOS GIL DE LA HAZA**

Las denominadas ?redes sociales? se han convertido en el último gran fenómeno de Internet y aunque en un principio se configuraron como servicios para mantener en contacto a personas con intereses afines, cada vez va teniendo más importancia la explotación en las mismas de contenidos protegidos por propiedad intelectual. Las restrictivas leyes de derechos de autor y conexos y la imposibilidad de controlar todo aquello que circula por la Red obligan a los titulares de derechos y a los responsables de estas redes a llegar a acuerdos para crear un ecosistema basado en el respeto de los derechos de unos y de los intereses comerciales de otros. Todo ello sin olvidar los derechos de los usuarios que, a cambio de la prestación de un servicio, ponen a disposición sus datos, preferencias y contenidos que se someten a unas condiciones, en muchas ocasiones, abusivas.

Hasta hace unos años, el disfrute que obteníamos los ciudadanos de los contenidos creados por terceros no llegaba más allá de la mera contemplación privada, abarcando su amplitud a un ámbito únicamente doméstico. Con la popularización de Internet, y más especialmente con la proliferación de la llamada ?Web 2.0?, los usuarios nos hemos convertido en verdaderos creadores de contenido, al tiempo que hemos comenzado a *reutilizar* las obras creadas por terceros con, en ocasiones, una repercusión viral desconocida hasta entonces.

Hemos pasado de una sociedad en la que los ciudadanos éramos simples observadores de obras del intelecto humano, a una era en la que el papel del usuario será clave en la creación, intercambio y explotación de contenidos creados por él o por un tercero. Estamos viviendo la transformación de un usuario pasivo a otro creador y explotador de contenidos.

Como en otras fases del desarrollo industrial, esta transformación está trayendo no pocas cuestiones jurídicas y económicas; no es sencillo transformar una industria y unas leyes asentadas en reglas estáticas y aún menos poner de acuerdo a cientos de personas sobre cómo deberán ser las normas que rijan las relaciones virtuales del futuro. El acceso al conocimiento y al entretenimiento es en la actualidad más sencillo y barato que nunca, con



Fundación Telefónica
Telefónica

apenas un terminal informático y una conexión a Internet se puede acceder a prácticamente cualquier obra creada por el hombre, aunque en la mayoría de los casos estos accesos se producen sin contar con la correspondiente autorización de los titulares de derechos y, lo que considero aún más perjudicial, sin que éste reciba una retribución justa y equitativa.

## *Derechos ignorados*

Hasta la fecha, la mayoría de las redes sociales se han preocupado más de los aspectos técnicos que de los jurídicos, obviando cuestiones tan importantes como el respeto de los derechos de propiedad intelectual de terceros, la protección de los datos personales de sus usuarios o la protección de la infancia, especialmente vulnerable en este tipo de redes donde la veracidad de la información se deja a la voluntad de los usuarios. No voy a entrar a valorar estos dos últimos, aunque sí decir someramente que las redes sociales deben respetar las estrictas normas nacionales en materia de protección de datos, así como crear un ecosistema en el que la infancia pueda relacionarse sin miedo a sufrir abusos por parte de usuarios maliciosos.

No está de más recordar que la Ley 1/1982 de Protección Civil del Derecho al Honor, a la Intimidad Personal y Familiar y a la Propia Imagen exige, con el loable objetivo de defender los intereses de los menores de edad, que sus representantes legales sean los que autoricen por escrito cualquier publicación de su imagen, incluyendo en Internet, debiendo notificar dicha publicación a la Fiscalía de Menores ( 1).

No es complicado encontrar en redes como Tuenti ( 2) miles de fotografías de menores de edad visibles (y descargables) por cualquier usuario del servicio web, imágenes asociadas a un perfil en el que se especifica el nombre del menor, su ciudad de residencia, centro de estudios, amigos e incluso lugares habituales de ocio, información que sin duda alguna puede poner en riesgo cierto la intimidad y la propia imagen del menor y que, en un plano teórico, debería haber sido publicada con la autorización por escrito de los representantes legales del menor, previa notificación a la Fiscalía de Menores. Es tarea pendiente de estas redes sociales crear una estructura tecnológica en la que se salvaguarden los intereses de la infancia, los cuales están expresamente protegidos por nuestras leyes, y cuya especial vulnerabilidad nos obliga a ser más cautos y restringir determinados actos, aunque éstos sean tecnológicamente viables o comercialmente rentables.

## *Una nueva propiedad intelectual adaptada a Internet*

La Ley de Propiedad Intelectual española, en sincronía con la mayoría de los países de nuestro entorno, concede a los creadores de obras originales y creativas, derechos exclusivos sobre ellas. Según estas leyes, los titulares de derechos de propiedad intelectual tienen la capacidad de autorizar cualquier reproducción, puesta a disposición o transmisión de una obra de su repertorio, estando dicha autorización únicamente limitada por cualquiera de las excepciones incluidas en el Título III del Libro I de la ley, entre las que se encuentran el límite de copia



Fundación Telefónica

privada, de cita, de trabajos sobre temas de la actualidad, de obras situadas en vías públicas o de parodia. Por lo tanto, y según la legislación vigente, cualquier reproducción ( 3), puesta a disposición ( 4), o transmisión ( 5), deberá ser realizada con la autorización de los titulares de derechos.

Redes como Facebook, MySpace o Tuenti permiten a sus usuarios compartir experiencias, opiniones, información, pero también ofrecen una plataforma en la que poner a disposición de terceros cualquier obra literaria o artística, pudiendo en muchos casos constituir dicha acción una vulneración de los derechos reconocidos a su titular por la ley. Los derechos exclusivos que la ley concede a los creadores implican que, con la única limitación de las excepciones tasadas por la ley, nadie podrá explotar sus contenidos sin su autorización, algo cuando menos utópico en un entorno como el digital.

Esta configuración legal plantea innumerables controversias en las mencionadas redes sociales, que aunque tengan como principal objetivo servir de nexo de unión de sus usuarios, cada vez están dando más importancia a la puesta a disposición de obras gráficas, musicales, audiovisuales o de cualquier otro género sin que, generalmente, se pida autorización al titular de derechos. Y aunque teóricamente puede entenderse que un autor decida cómo y dónde explotar su obra, carece de sentido pragmático que la ley permita lo que no es controlable tecnológicamente. Los autores y otros titulares de derechos deben ser conscientes de que, en la era de la Sociedad de la Información (SI), no les va a ser fácil controlar cómo accederán los ciudadanos a sus obras y prestaciones, por lo que se antoja necesario, casi imprescindible en mi opinión, un cambio en la configuración de las leyes, de tal forma que se permita a los usuarios acceder a estas obras de la forma que deseen, al tiempo que se remunere correctamente a quienes ofrecen su tiempo, esfuerzo, talento y dinero a la creación de contenidos.

Debemos pasar de un escenario de restricción a otro de permisividad y de gestión eficaz de los contenidos explotados en las redes telemáticas, para asegurar tanto la posibilidad del acceso a la información y al entretenimiento, como la justa remuneración de los titulares de derechos. Una alternativa viable podría ser aprovechar las tecnologías de *fingerprinting* ( 6), ya utilizadas en servicios tan populares como YouTube ( 7) o MySpace ( 8), para realizar una gestión precisa y justa de los derechos sobre contenidos de terceros explotados en estas redes y gracias a los cuales, algunas han adquirido la popularidad que tienen ahora.

En este sentido, los responsables de las redes sociales (algunas con mayor dependencia de contenidos de terceros, como es el caso de MySpace) deben ser conscientes de que su modelo de negocio se basa en gran parte en los contenidos subidos por sus usuarios y creados por ellos o por terceras personas, no pudiendo ignorar la aportación de estos creadores en el éxito de su servicio web. Es de alabar iniciativas como la promovida por varias empresas cuyo modelo de negocio se basa en el denominado User Generated Content (UGC) , o «contenido generado por el usuario», aunque hubiese sido más idóneo utilizar la palabra «aportado», por cuanto en mucho casos el usuario no genera el contenido, sino que simplemente lo facilita, entre los que se encuentra Dailymotion, Veoh o MySpace, así como por varios titulares de derechos, incluyendo a Viacom, Disney o NBC Universal, en la que, a través de un Código de Conductas, han publicado unos principios que consideran de obligado cumplimiento tanto para



Fundación Telefónica

unos como para otros. A través de estos principios ( 9), las partes se comprometen a fomentar la innovación en un escenario de respeto a los legítimos derechos de terceros. A falta de leyes que se adapten perfectamente a la realidad digital, los Códigos de Conductas se antojan una vía adecuada para resolver los problemas de dos mundos ?titulares de derechos y responsables de redes sociales? que están obligados a entenderse.

## *Condiciones abusivas y desconocidas por los usuarios*

Pero en las redes sociales hay una doble implicación de los derechos de propiedad intelectual; una, como hemos visto ahora, que afecta a los contenidos creados por terceros, y otra que implica a las obras creadas por los propios usuarios de estas redes. Los ciudadanos hemos dejado de ser meros consumidores de obras para convertirnos, gracias a las herramientas que nos brinda la Sociedad de la Información, en verdaderos creadores que explotan sus fotografías, *podcasts*, *videoblogs, posts*, etc., en este tipo de redes. Es importante conocer, como creadores, qué ocurrirá con nuestras obras una vez que son subidas a una plataforma como MySpace o Tuenti, para evitar posibles abusos de los mismos.

De igual modo, los usuarios de este tipo de redes, y más específicamente los músicos, deben saber que en una grabación fonográfica puede haber diversos titulares de derechos, incluyendo músicos, autores, editores y productores de la grabación, y que no puede ser puesta a disposición en Internet sin la autorización expresa de todos ellos. En el caso de que una banda se auto-edite y se auto-produzca, deben estudiar con detenimiento los términos de uso del sitio web, ya que una típica licencia ilimitada en el tiempo podría imposibilitar, en el caso de popularización de la banda, una posible cesión de derechos a una editorial musical o a una discográfica.

En este punto, Tuenti (10) (al igual que en cuestiones de privacidad e intimidad) es el servicio más abusivo, con un aviso legal que obliga al usuario a cederle en exclusiva y sin limitación territorial, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de los contenidos subidos al servicio web; esta cesión en exclusiva implica que el usuario no podría, en el plazo legal de cinco años desde que se produce la cesión, explotar el contenido aportado, ya que será Tuenti la única y exclusiva titular de estos derechos de propiedad intelectual. Este aviso legal impide actos tan legítimos e inocuos como que el usuario suba primero unas fotografías a Tuenti y posteriormente a Flickr, o que publique un libro con los textos que ha ido introduciendo previamente en este servicio web.

Condiciones de cesiones de derechos tan abusivas como ésta deben ser tenidas en cuenta por los usuarios ya que, y aunque a priori pudieran no afectar a la explotación de los contenidos subidos por ellos, a posteriori podría impedir la correcta explotación de sus obras. Para realizar las explotaciones de fotografías, vídeos, etc., que posibilitan estos servicios, entiendo que son suficientes las cesiones que imponen otros servicios como MySpace (11), que se limitan al tiempo durante el cual el usuario utilice el servicio, sin capacidad de sub-explotación comercial, y por lo tanto, tendente únicamente a la correcta publicación de los contenidos aportados por los usuarios.



Fundación Telefónica

Visto el panorama, la red social ideal es aquella que se base en el respeto en tres ámbitos; respeto a la legislación vigente, respeto a los legítimos derechos de terceros, y respeto a los derechos de los usuarios del servicio. Hasta el momento, y dado el estado inicial de todo este tipo de redes, sus responsables se han mostrando reticentes a suprimir contenidos de terceros, estableciendo extensísimas condiciones de uso injustas y en parte abusivas con un lenguaje incomprensible para la mayoría de sus usuarios.

Entiendo que no es ni injusto ni complicado crear un escenario de respeto en el que sólo se exija a los usuarios los derechos que sean necesarios para la explotación del servicio, en el que estos puedan subir igualmente la música, vídeos o fotografías que deseen, con la única limitación de que quien se beneficia de estos contenidos, esto es, los responsables de la red social, compartan sus ingresos con quienes han creado dicho contenido. Y todo ello sin olvidar a los menores de edad, inocentes usuarios de estas redes que revelan información tan personal como sus gustos, lugares de ocio, colegio en el que estudian, o amigos, lo cual podría ser utilizado de forma negativa por cualquier usuario.

Es indudable que el ágora del siglo XXI tiene aún muchas tareas pendientes.



Fundación Telefónica