

# Unidad 1: Datos personales

## 2.1.1. ¿Cómo se protegen? Ley de protección de datos personales y Ley de Habeas data. ¿Qué herramientas otorgan? Sanciones

A la hora de analizar el marco jurídico de una cuestión determinada no puede dejar de resaltarse, tal como se hizo en la unidad anterior, que todo análisis estará sujeto al país en el cual se desempeñe la actividad en cuestión o, en su caso, en el que se cometa la infracción. Por lo tanto, para estudiar las normas relativas a la protección de datos, nos centraremos exclusivamente en las de Argentina sin perjuicio de que para el caso sean aplicables las leyes vigentes en otro territorio. A su vez, analizaremos algunos lineamientos en torno a la privacidad y protección de datos que establecen algunas plataformas y que son voluntariamente aceptadas en los contratos con sus usuarios.

A grandes rasgos, el derecho a la intimidad es uno de los que tiene mayor jerarquía en la Argentina. En particular, el artículo 18 de la Constitución Nacional establece: “Es inviolable la defensa en juicio de la persona y de los derechos. El domicilio es inviolable, como también la correspondencia epistolar y los papeles privados”<sup>1</sup>, el 19 prevé “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”<sup>2</sup>. Finalmente, el 43, al referirse a la acción de amparo establece:

Toda persona podrá interponer esta acción para tomar conocimiento de los datos a ella referidos y de su finalidad, que consten en registros o bancos de datos públicos, o los privados destinados a proveer informes, y en caso de falsedad o discriminación, para exigir la supresión, rectificación, confidencialidad o actualización de aquéllos<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Art. 18- Constitución Nacional Argentina (1853). Congreso General Constituyente. Santa Fe, Argentina. 1 de mayo de 1853.

<sup>2</sup> Art. 19- Constitución Nacional Argentina. Op. cit.

<sup>3</sup> Art. 43- Constitución Nacional Argentina. Op. cit.

La existencia de estas normas nos permite colegir la fundamental importancia brindada por los legisladores a este tópico, tanto en 1853 al promulgar la primera Constitución como posteriormente en la reforma de 1994 (en la cual, además del artículo 43, incorporó tratados internacionales que también protegen los derechos vinculados con esta cuestión).

El derecho a la intimidad es un derecho fundamental y motivó al dictado de leyes que establecieron límites a la libre circulación de datos e información vinculada con los ciudadanos argentinos. Muchas veces se hace referencia a la Ley de *Habeas Data* como algo diferente a la Ley de Protección de Datos Personales (Ley N° 25.326) cuando, en realidad, son lo mismo. Esta última, promulgada en el año 2000, regula casi en su totalidad el tratamiento de los datos personales y se encuentran en ella las principales herramientas con la que cuenta todo ciudadano a la hora de reclamar por su privacidad.

No es menor destacar que, en la era de las comunicaciones, es cada vez más frecuente compartir información privada en el mundo de internet. Se ha acrecentado la divulgación de datos personales y, en todo momento (voluntaria o involuntariamente), se comparte con empresas y con otras personas datos que tiempo atrás pertenecían exclusivamente a la esfera íntima de su titular. La privacidad como tal ha perdido valor para la sociedad y se la entrega a cambio de la posibilidad de acceder a determinadas funcionalidades tecnológicas.

No obstante, para el derecho, la intimidad continúa como un bien que merece protección. En tal sentido, tal como mencionamos, se permite a los ciudadanos conocer la información que las “bases de datos” tienen acerca de ellos.

En primer lugar, debe destacarse que el principal fin que tiene la Ley de Protección de datos es la de establecer obligaciones ineludibles para todos aquellos que vayan a recolectar datos de terceros. A continuación, indicaremos sintéticamente los lineamientos que establece esta normativa.

En primer lugar, instituye la obligación de inscribir la base de datos en un registro obligatorio. En el mismo, debe consignarse y publicarse para todos los usuarios una identidad de la persona o la empresa responsable como así también un domicilio, en el que serán válidas las notificaciones que se envíen a tal efecto. Por otra parte, y solo ante el pedido del titular de los datos, deben informar qué datos de él se poseen y para qué fin se utilizan. Se brinda, además, la posibilidad de suprimir los datos

innecesarios, actualizar los desactualizados y modificar los errados en lo que se conoce como los derechos de supresión, rectificación y actualización. El acceso a los mismos es gratuito para el usuario.

Por otra parte, existen también límites al tratamiento de lo que se conocen como **datos sensibles**, que son aquellos datos personales que incluyan: “origen racial y étnico, opiniones políticas, convicciones religiosas, filosóficas o morales, afiliación sindical e información referente a la salud o a la vida sexual”<sup>4</sup>. En tal caso, la base de datos deberá ser sometida a un proceso conocido como de **disociación** a través del cual no se permita vincular dicho dato con la persona titular del mismo.

La mencionada ley pone, a su vez, en cabeza del titular de la base de datos la responsabilidad de establecer mecanismos de seguridad adecuados para el tratamiento de la información, siempre de acuerdo al nivel de complejidad que la misma tenga. Asimismo, se le exige contar con el consentimiento expreso de todos los usuarios incluidos en la base y pone condiciones de los datos que puede manejar.

Cuando un derecho que la ley consagra no tiene respuesta por parte del titular de la base de datos, el usuario puede accionar mediante el *habeas data*, que es el recurso que se encuentra contenido en el artículo 43 de la Constitución Argentina. Por intermedio de este la persona damnificada puede, mediante un procedimiento sumarísimo judicial, exigir jurisdiccionalmente lo que la propia ley le reconoce respecto de sus datos, ya sea suprimir, actualizar, rectificar o en su caso acceder a los mismo.

Finalmente, corresponde resaltar que esta normativa y otras reglamentaciones afines, establecen sanciones pecuniarias para quienes incumplan sus disposiciones, como así también se crean figuras penales que constituyen delitos sujetos a persecución criminal. Lo real y cierto es que, en la medida en que el mecanismo de control no sea efectivo en el contralor del ejercicio de estas actividades, no existe ningún incentivo a su cumplimiento. A su vez, huelga destacar en el mismo sentido en el que se hizo *supra*, que la aplicación de esta norma rige solo para el territorio nacional. En redes sociales con alcance mundial, la Ley de Datos Personales no tiene ningún efecto y, por ende, deviene inaplicable. Es por ello que deberá tenerse especial énfasis en las políticas de privacidad que cada una de las plataformas redacte para sus usuarios, como así también la ley de aplicación en el país de origen de la misma.

---

<sup>4</sup> Art. 2- Ley N° 25.326 (2000). Protección de los datos personales. Honorable Congreso de la Nación Argentina.

## 2.1.2. ¿Qué es el secreto comercial? ¿Cómo no violarlo? Límites

En la privacidad en redes sociales, en general y en la actividad del *community manager*, en particular, debemos remarcar la importancia del **secreto comercial**. Por intermedio de este las empresas resguardan cuestiones confidenciales que no deben ser divulgadas por quienes tienen acceso a las mismas. Es frecuente, en los casos en que no se les da un adecuado tratamiento interno, encontrarse con situaciones en las que se publican en redes sociales cuestiones que no debían trascender de la intimidad de la empresa. Lo real y cierto es que, en general, se torna dificultoso discernir entre la información que puede publicarse y la que no, y el encargado de hacerlo suele desconocer si lo que se publica está protegido por la ley.

En Argentina, para regular dicha cuestión existe la Ley **N° 24.766** Ley de confidencialidad sobre información y productos que estén legítimamente bajo control de una persona y se divulgue indebidamente de manera contraria a los usos comerciales honestos, mejor conocida como Ley de Secreto Comercial.

Esta norma establece los parámetros bajo los cuales la divulgación la información de una empresa para su uso comercial constituye una infracción y prevé las acciones que el damnificado debe realizar. Lo que se busca, en particular, es mantener la información de uso comercial de la empresa bajo su faz interna y que los dependientes o terceros que eventualmente acceden a ella no la trasladen al exterior de la misma.

Debe tenerse especialmente en cuenta esta situación a la hora de generar contenidos para el *social media*, dado que se han presentado en los tribunales numerosas situaciones litigiosas por un trato erróneo de la información propia de la empresa. A su vez, puede existir un conflicto no solamente a causa de la publicación indebida de la información sino también por su traslado hacia los procesos internos de otra compañía. En este sentido, muchas empresas cuentan con procedimientos técnicos, administrativos, *know how*, etc.; que pueden estar sujeto a protección y que, como establece la ley, no deben ser transmitidas a otra al cambiar de trabajo o prestar otro servicio.

En conclusión, en cada caso deberá tenerse especialmente en cuenta el origen y el destinatario de la información, toda vez que tratemos con información confidencial (según los términos de la ley) y obrar con diligencia profesional para evitar incurrir en daños que pueden acarrear graves consecuencias.

Para identificar cuándo una información es confidencial, los lineamientos básicos se encuentran en la propia ley. En efecto, el artículo 1 prevé:

ARTICULO 1°- Las personas físicas o jurídicas podrán impedir que la información que esté legítimamente bajo su control se divulgue a terceros o sea adquirida o utilizada por terceros sin su consentimiento de manera contraria a los usos comerciales honesto, mientras dicha información reúna las siguientes condiciones:

a) A, sea secreta en el sentido de que no sea, como cuerpo o en la configuración, reunión precisa de sus componentes, generalmente conocida ni fácilmente accesible para personas introducidas en los círculos en que normalmente se utiliza el tipo de información en cuestión; y

b) Tenga un valor comercial por ser secreta; y

c) Haya sido objeto de medidas razonables, en las circunstancias, para mantenerla, secreta, tomadas por la persona que legítimamente la controla.

Se considerará que es contrario a los usos comerciales honestos el incumplimiento de contratos, el abuso de confianza, la instigación a la infracción y adquisición de información no divulgada por terceros que supieran o no, por negligencia grave, que la adquisición implicaba tales prácticas<sup>5</sup>.

De los mencionados requisitos, se extrae que existe una enorme responsabilidad de la empresa en el mantenimiento de la información como **secreta**. En efecto, deberá mantenerla resguardada para que no se entienda como un “todo” completo y de tal forma haya un esfuerzo del que accede a la misma en infracción. Es decir, la información bajo protección debe estar lo suficientemente resguardada como para que quien accede a la misma deba hacerlo violentando medidas que son efectivas para la

---

<sup>5</sup> Art. 1- Ley N° 24.766 (1996). Ley de confidencialidad sobre información y productos que estén legítimamente bajo control de una persona y se divulgue indebidamente de manera contraria a los usos comerciales honestos. Honorable Congreso de la Nación Argentina.

protección de la confidencialidad. A su vez, esa información realmente debe tener un valor en sí misma, más allá de las cuestiones personales o intrascendentes de la empresa. Finalmente, debe haberse realizado un esfuerzo en mantenerla en ese carácter de secreta, motivo por el que generalmente se le agregan leyendas como “información confidencial”, “prohibida su divulgación”, se establecen contraseñas, etc.

Los artículos 2 y 3 amplían lo previsto en el 1 e involucran los medios en los que aparece la información y a las personas que están bajo su obligación. En tal sentido, establecen:

ARTICULO 2°- La presente ley se aplicará a la información que conste en documentos, medios electrónicos o magnéticos, discos ópticos, microfilmes, películas u otros elementos similares.

ARTICULO 3°- Toda persona que con motivo de su trabajo, empleo, cargo, puesto, desempeño de su profesión o relación de negocios, tenga acceso a una información que reúna las condiciones enumeradas en el artículo 1° y sobre cuya confidencialidad se los haya prevenido, deberá abstenerse de usarla y de revelarla sin causa justificada o sin consentimiento de la persona que guarda dicha información o de su usuario autorizado<sup>6</sup>.

En la práctica, si bien en los distintos rubros comerciales se efectúan procedimientos internos de confidencialidad y resguardo de la información, se torna dificultosa la prueba de la divulgación, como así también la atribución de esa práctica a una persona determinada. Por otro lado, al ser tan puntillosos los requisitos legales para que la información sea objeto de protección, solamente en procesos muy sofisticados encontramos el cumplimiento de todos estos requisitos. Por lo tanto, a la hora de ejercer la actividad de manejar redes sociales de una empresa, debemos considerar que no toda información es divulgable y que, en los negocios, existen secretos que deben mantenerse en esa esfera. El quebrantamiento de lo que establece la ley en este sentido

---

<sup>6</sup> Art. 2 y 3 - Ley N° 24.766. Op. cit.

puede dar lugar a conflictos significativos que tendrán una gran trascendencia en el desarrollo de la actividad.

No obstante, el tráfico comercial ha creado mecanismos más específicos de manejo de la información, los cuales analizaremos a continuación: los acuerdos de confidencialidad.

### 2.1.3. Acuerdos de confidencialidad

Los acuerdos de confidencialidad, también conocidos como NDA (por sus siglas en inglés *non disclosure agreement*) pretenden establecer con claridad cuándo se viola un secreto comercial. Mediante esta herramienta, las partes tendrán en cuenta distintas consideraciones y se establecerán recíprocamente obligaciones de secreto en relación a determinadas informaciones, más allá de lo específicamente previsto en la ley.

A su vez, por tratarse de contratos en marco de la autonomía de la voluntad, permiten que sean suscriptos internacionalmente sin importar la ley vigente de cada uno de los países en relación a confidencialidad. Esta cualidad los hace cada vez más frecuentes en marco del comercio internacional.

La actividad de cualquier profesional que presta servicios para una empresa, tanto como proveedor externo como en relación de dependencia, no escapa a la suscripción de esta clase de acuerdos. En particular, y más allá de las obligaciones legales que como mero empleado o profesional corresponden, las compañías suelen suscribir NDA previo al inicio de los servicios para proteger información relevante para ellos. Por esto, a la hora de firmar un contrato de estas características, debe tenerse especial cuidado en comprender los alcances del mismo y sus deficiencias en general.

En primer lugar, corresponde destacar que los convenios de confidencialidad son contratos denominados **atípicos**, es decir, que no tienen regulación propia en la legislación argentina. Por ello, se encuentran solamente sometidos a las normas de los contratos en general, o sus requisitos de validez, tal como analizamos en el módulo anterior. Es por ello que, más allá de los mencionados, no existen límites legales a la hora de redactarlos.

Lo que en la práctica sucede es que, ante la ausencia de limitaciones, terminan siendo tan amplios que se vuelven de imposible cumplimiento o de imposible ejecución. A

continuación, se indican las características ineludibles a la hora de redactarlos o, en su caso, a la hora de analizar un contrato que se le presenta para la firma.

## 1) Objeto

Muchas de las grandes dificultades con las que se debe lidiar a la hora de interpretar un acuerdo de confidencialidad giran en torno a qué es lo que efectivamente se busca proteger. A la hora de definir el objeto se encuentran, en general, frases tales como *“toda información a la que tenga acceso la otra parte”*, *“todos los datos de la empresa”*, *“cualquier otro dato del que se tenga conocimiento”*, etc. Esta clase de expresiones son totalmente genéricas, lo cual implicaría que se está en infracción constantemente: piense en *“todos los datos de la empresa”* a los que se tiene acceso (el nombre comercial, la razón social, el domicilio, etc.) son datos que pueden ser conocidos por cualquier persona y que, por firmar un contrato que contenga esa cuestión, automáticamente se estaría violando el mismo. Con este ejemplo se pretende explicar que, con las descripciones genéricas y abiertas, el NDA pone en infracción al firmante que lo acepta sin analizar profundamente esta situación.

Lo que debe analizarse, tanto a la hora de redactarlo como de firmarlo, es qué se busca proteger. Se debe ser extremadamente cauteloso en identificar el diferencial de la empresa o del proyecto en particular que no podría ser conocido por terceros y detallarlo en el contrato de la manera más minuciosa posible. De esta manera, el NDA realmente cumplirá su función.

Esta previsión debe tenerse en cuenta también a la hora de firmar un convenio de estas características con otra persona. La falta de detalle en la redacción nos puede poner en situación de incumplimiento, prácticamente, desde el momento de la firma.

## 2) Sujetos

Muchas veces estos contratos presentan la falencia de no poder explicar quiénes son alcanzados por sus previsiones. En general, su contenido se extiende tanto a los firmantes como a terceros que desconocen completamente de su existencia. En tal sentido, se obtienen leyendas tales como *“a los dependientes, empleados, proveedores, terceros vinculados, empresas en las que sea socio o director, empresas que participen de la prestación del servicio, etc.”*. Es decir, son varios los casos en los que, al suscribir contratos de estas características, nos obligamos a responder por lo que hagan con los datos

terceros que, a veces, no llegamos ni siquiera a conocer o, si los conocemos, actúan con independencia de nuestras indicaciones.

Se advierte, entonces, la especial cautela que debe tenerse a la hora de comprometerse a brindar determinado tratamiento a la información si es que la misma es demasiado amplia o las personas por las cuales debemos responder son indeterminadas o escapan de nuestro control. En estos casos, se sugiere pedir aclaraciones detalladas previo a la firma.

### **3) Sanciones**

Una cuestión que la ley no prevé expresamente, y que los contratos deben necesariamente establecer, es qué sucede frente al incumplimiento del acuerdo. En los tribunales, al igual que en las negociaciones privadas, se torna realmente dificultoso cuantificar el daño por la divulgación indebida de información protegida. Si bien existen algunos parámetros doctrinarios y jurisprudenciales, no hay consenso en relación a determinar cómo debe el infractor indemnizar al damnificado. Respecto a ello, la ley que analizamos anteriormente no prevé ninguna solución específica más que remitir a las normas penales y civiles para el caso.

Es por esto que el contrato, para que sea efectivo, es conveniente que establezca un monto o un procedimiento para determinar cómo se responde frente a la infracción. Si bien el infractor, previo a cometer una divulgación, podrá analizar la conveniencia económica o no de hacerlo, simplificará el reclamo que podrá extenderse en su caso. De esta manera, si la determinación de las consecuencias de la infracción es clara, el contrato será ejecutable y podrá cumplir sus efectos. A la inversa, quien se encuentre en situación de infringir el acuerdo o la ley, podrá actuar sin tener en claro las consecuencias que ello implica, lo cual, muchas veces, es un incentivo a la infracción.

### **4) No competencia**

Se incurre muchas veces en un error al pretender brindarle un marco de confidencialidad a algo que, en realidad, no lo necesita. Aunque en módulos posteriores se analizará la protección de la propiedad intelectual (PI) y de los intangibles, destacamos en este punto que muchas veces los titulares de obras sujetas al régimen de PI pretenden protegerlas mediante la firma de acuerdos de confidencialidad. Es decir, utilizan acuerdos que están destinados a proteger el secreto de alguna información para su contenido (que no es secreto). Con esto, le dan marco de confidencial a

contenidos que en realidad son públicos, por lo que quien se comprometió a darle confidencialidad a ello (erróneamente) necesariamente queda sometido al riesgo de ser perseguido por divulgar algo que, en la práctica, no era secreto. Por ello, debe limitarse específicamente lo confidencial a lo que no se pueda divulgar y solamente a esto.

Ha habido numerosos casos en que se puso en discusión la confidencialidad cuando no correspondía. Lo que se buscaba, en realidad, era que quien conoció los procesos internos de la empresa y estuvo sometido a determinadas pautas de trabajo no lo capitalizó al trasladarlo a otra empresa competidora en desmedro de quien lo capacitó y de quien le transmitió ese *know how* del ejercicio de determinada actividad. Lo que se obtiene es que la persona quedó obligada a no divulgar contenidos que eran de público conocimiento. Esto ocurre cuando se enmarca en un convenio de confidencialidad cuestiones que no están bajo ese régimen o que no debieron estar regladas por este tipo de contratos.

La solución a esto es prever una **cláusula de no competencia** en la cual se detalle la actividad en particular que se encuentra vedada. Así, y en el caso de los *community manager*, se podría prever especificaciones de la tarea que no se puedan realizar por determinado tiempo o en determinado lugar en fidelidad con quien se firma ese contrato. En tal caso, lo que quedará protegido será lo que efectivamente se buscaba proteger.

Lo que se pretende advertir con estas aclaraciones genéricas es que, en torno a los NDA existe un gran desconocimiento. En consecuencia, se firman reiteradas veces contratos que no solo colocan a los firmantes en constante infracción, sino que también no cumplen el efecto buscado a la hora de suscribirlos. A su vez, y por todas estas cuestiones, se torna dificultoso ejecutarlos para quienes están interesados en que se lleven a cabo. En conclusión, si bien son muy útiles para firmarlos internacionalmente y para suplir las insuficiencias de la ley, debe tenerse especial cuidado en su redacción y, sobre todo, conocer acabadamente los límites de la actividad profesional.

#### **2.1.4. Cómo manejan la privacidad las redes sociales**

Hasta aquí hemos analizado el marco legal general en nuestro país en relación tanto a los datos de terceros como así también a los secretos netamente comerciales. A su vez,

hemos analizado cómo estas normativas funcionan en la práctica o, en otras palabras, como es la realidad de los hechos en torno a las regulaciones existentes en Argentina.

Si bien las leyes que analizamos son de aplicación local, cabe destacar que la mayoría de los países occidentales suscriben a acuerdos internacionales que regulan distintas materias. No son pocas las cuestiones en las que los Estados tienen lineamientos o normativas internas similares para las distintas áreas temáticas. Es por esto que, en la mayoría de los países de occidente, las normas para el tratamiento de datos son similares.

A continuación, analizaremos la privacidad en redes sociales desde la premisa que, si bien las regulaciones en el mundo son variadas, tienen aspectos básicos que son compartidas y similares. Asimismo, no debemos olvidar que en esta clase de plataformas nos encontramos constantemente frente a expresiones de la autonomía de la voluntad como lo es la aceptación de contratos, los cuales, mientras sean legales, son perfectamente válidos.

Las cuestiones vinculadas a privacidad en redes sociales generalmente están signadas y normadas por las políticas de privacidad. Por intermedio de las mismas, los titulares de las plataformas informan a los usuarios acerca del tratamiento que tendrán los datos brindados. Con ello, cumplen el requisito de información generalmente requerido en las diversas legislaciones y, en general, también obtienen el consentimiento del titular de los datos para el manejo de esos datos en la red.

Las políticas de privacidad se plasman, en general, en un documento que se acepta con un *click* por medio electrónico y, en muchos casos, se encuentran incluidos en los propios términos y condiciones de la aplicación. Es importante destacar que, en la gran mayoría de los casos, al aceptar estas políticas de privacidad se otorga a la plataforma una especie de *cheque en blanco* en relación a los datos.

¿Qué tipo de información recoge una red social? Una simple lectura de las políticas de Facebook, Twitter y Google nos permite realizar un listado bastante exhaustivo:

Información sobre los sitios web visitados y aplicaciones utilizadas: cuando el usuario visita sitios web o usa aplicaciones de terceros que emplean los servicios de la red social (por ejemplo, cuando ofrecen el botón “me gusta” o el inicio de sesión con la red social), esta recopila datos de los sitios y aplicaciones empleadas.

Esta información es recabada por las redes sociales a través de diferentes medios:

El propio usuario titular de la cuenta: por ejemplo, cuando proporciona sus datos de registro, cuando publica contenidos, etcétera.

- Otros usuarios de la red social: por ejemplo, cuando un usuario sube una foto de otro o lo etiqueta.
- Cookies, píxeles, almacenamiento local y tecnologías similares: las cookies son pequeños archivos que los sitios web colocan en el dispositivo del usuario cuando navega por la web y que transmiten información a los sitios web acerca de sus preferencias de navegación. Un píxel es un pequeño código en una página web o en una notificación por correo electrónico que sirve para averiguar si el usuario ha interactuado con determinado contenido web o de correo electrónico. MYGUARD SEE DEFEND, 2018.
- *Partners* y socios de la red social: por ejemplo, una empresa desarrolla un juego para ser utilizado por los usuarios de una red social y esta recopila información a través de él.
- Empresas pertenecientes al mismo grupo económico que la red social: para ilustrar esto, bastan dos ejemplos, a saber, YouTube pertenece a Google y WhatsApp pertenece a Facebook.

Por último, resta tratar el tema de la finalidad para la cual las redes sociales recolectan esta información, lo cual será fácilmente comprensible si se entiende cuál es el negocio de las redes sociales.

En general, para la apertura de una cuenta en una red social basta cumplir una serie de pasos simples y no se requiere pago alguno. Se dice que las redes sociales son gratuitas y, efectivamente, lo son en la medida en que implican una prestación de un servicio por parte del titular de la red social sin necesidad de contraprestación económica por parte del usuario. ¿Cuál es, entonces, el negocio de las redes sociales?

En realidad, las redes sociales son gigantescas bases de datos en las que los usuarios, voluntariamente, proporcionan información (datos) de todo tipo y habilitan a estas

plataformas a utilizarla para vender espacios de publicidad a las empresas u organizaciones que pretenden llegar a estos usuarios. No es que las redes sociales vendan o cedan los datos de sus usuarios, lo que hacen es utilizar toda esa información para segmentar las publicidades o anuncios de las empresas con las que trabajan.

Entonces, ¿con qué finalidad las redes sociales recaban información de sus usuarios? Las políticas de privacidad, normalmente, declaran que lo hacen con tres finalidades:

- **Mejorar los servicios:** cuando se completa información sobre preferencias, medios de conexión, páginas visitadas, etcétera; la red social accede a datos que le permiten desarrollar mejoras. Un ejemplo es cuando Facebook cambió la apariencia de las biografías. Esto implica, necesariamente, transferir datos a las empresas que proveen servicios a la red social.
- **Ofrecer publicidad:** quienes pretenden comercializar sus bienes o servicios a través de la red social, podrán enviar contenidos y publicidad ajustada a los intereses y necesidades del usuario. Esto sucede gracias a que, con la información recabada, la red social arma perfiles de usuarios para que los anunciantes ofrezcan publicidades dirigidas a determinado segmento que estará más interesado en esos bienes o servicios que se ofertan. Es importante aclarar que las empresas y organizaciones que ofrecen bienes o servicios a través de una red social reciben información de esta, pero no acceden directamente a la base de datos personales. La red social solamente les proporciona información disociada, de manera que no sea factible determinar la identidad del titular de los datos proporcionados.

Posibilitar el desarrollo de aplicaciones de terceros: posibilita el desarrollo de aplicaciones o cualquier otro desarrollo que pueda funcionar en interconexión con los servicios de la red social. Así, por ejemplo, las aplicaciones que se ejecutan en determinada plataforma (los juegos, por ejemplo) y que, para utilizarlas, requieren iniciar sesión en la red social, recopilan información sobre los datos de registro del usuario de la red, su lista de contactos, etcétera.

# Unidad 2. Casos de estudio: ¿Cómo saber que no publico datos prohibidos?

Todo lo dicho hasta aquí en relación al marco legal de la privacidad tiene por objeto comprender, al menos de manera sintética, cuáles son las normas que se debe tener en cuenta a la hora de ejercer la actividad de *community manager*. Conocer acabadamente la regulación vigente nos permite determinar cuándo la actividad está sometida a derecho y cuándo se comete alguna infracción o daño a un tercero.

Si consideramos que la intimidad y la reserva son derechos inherentes a la persona y que, en ejercicio de ese derecho, cada uno puede manejarla como crea adecuado, analizaremos a continuación algunos casos (en su mayoría judicializados) en relación al uso de las redes y su correlación con el derecho a la privacidad.

En muchos casos, las publicaciones efectuadas en redes sociales corren el riesgo de ser utilizadas como prueba en algún reclamo. Por eso debe tenerse especial cautela en lo que se comparte en estas plataformas, tanto en el ámbito personal como en el profesional. Respecto de lo personal, corresponde remitirse a una sentencia judicial del año 2014 en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Así, en la causa penal “F., J. C. y otra s/ inf. art.(s.) 153 bis CP”, una mujer denunció penalmente a su ex esposo por el delito previsto en el artículo 153 bis del Código Penal:

Será reprimido con prisión de quince (15) días a seis (6) meses, si no resultare un delito más severamente penado, el que a sabiendas accediere por cualquier medio, sin la debida autorización o excediendo la que posea, a un sistema o dato informático de acceso restringido<sup>7</sup>.

El fundamento de dicha denuncia fue que, en el juicio de divorcio, el denunciado utilizó como pruebas publicaciones hechas por ella en su propio muro de Facebook y

---

<sup>7</sup> Art. 153- Ley N° 11.179 (1984). Código Penal Argentino. Honorable Congreso de la Nación Argentina.

manifestaba que accedió a las mismas sin la debida autorización. Para obtener esas evidencias, el hombre utilizó el perfil de su hermana quien colaboró en la recolección de las pruebas ya que la tenía como “amiga” en Facebook. Ella también fue denunciada.

En el documento se ponía de manifiesto que esta conducta atentaba severamente contra la intimidad de la denunciante toda vez que se accedió al contenido de su red social de manera ilegítima. En ese caso en particular la denuncia fue rechazada. Lo que el juez tuvo en cuenta en su momento, en resumen, fue:

(i) “no se ha comprobado la intrusión a un sistema o dato informático de acceso restringido por parte de los imputados”, en los términos del art. 153 bis del CP; (ii) “la usuaria de una red social que voluntariamente compartió [su] información con determinadas personas o ‘grupos de amigos’ aceptó exponer [una] parte de su privacidad, desde el momento en que destinó ciertos datos personales ([como] fotos [y] comentarios) para su difusión a través de internet”, (iii) “no se cumple con el requisito típico (...) de ‘acceso sin la debida autorización’ a la cuenta de la denunciante, (...) [porque] Rodríguez tenía entre sus contactos de Facebook a su cuñada como ‘amiga’, es decir, había autorizado el ingreso a través de la cuenta de María Luján (...) [y, consecuentemente,] había consentido que se ingrese a esos datos a través de la cuenta de su cuñada”; y también (iv) que ello era así “sin perjuicio del obrar desleal de quien contando con dicha autorización puso la información a la que allí se le permitía acceder en su calidad de ‘amiga’ en poder de quien no detentaba, para ese entonces, esa condición” (CAPCF, “Rodríguez, Lidia s/ queja por recurso de inconstitucionalidad denegado en: ‘Ferrucci, José Cayetano y otra s/ infr. art.(s). 153 bis CP’, sentencia del 1 de octubre de 2014, Expte. 10307/13).

En otras palabras, lo que resolvió la Cámara fue que, si bien el acto puede ser caracterizado como desleal, de ninguna manera cabe entenderse el acceso al perfil de la denunciante como algo indebido a un sistema informático. A su vez, quien comparte una foto, comentarios o determinados datos personales en la red, mediante la configuración de los destinatarios (a amigos, público en general, amigos de amigos) autoriza a estas personas a acceder a estos datos personales. Esa autorización oportunamente conferida (consciente o inconscientemente) no puede luego desconocerse a la hora de hacer un reclamo por violación de la intimidad.

Debe tenerse, entonces, especialmente en cuenta esta situación a la hora de decidir publicar un contenido, sea personal o sea comercial. En tal sentido, debemos ser conscientes de que, con un alto grado de probabilidad, no podremos luego desconocer haber compartido un contenido y, en su caso, que personas (tal vez desconocidas) accedan al mismo por intermedio de quienes sí se encuentran autorizados a acceder.

Similar criterio hay que aplicar cuando se trata de la publicación de imágenes de personas públicas. En un renombrado caso, una amiga del conocido Alberto Natalio Nisman, reclamó ante los proveedores de búsqueda para que se den de baja fotos donde aparecía ella junto a él. En su solicitud manifestaba que estas imágenes habían sido tomadas de Facebook sin su consentimiento. En tal oportunidad, el tribunal de primera instancia dio lugar a la solicitud, pero la Cámara revocó el fallo y no le dio la razón. En sus argumentos, la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil en el resolutorio de la causa “D. P. Y. D. c/ Google Inc. Y otro s/ art. 250 CPC. - incidente civil” sostuvo que:

Este Tribunal entiende que resulta primordial analizar dos cuestiones que hacen que este caso sea distinto a anteriores precedentes que se invocan. En primer lugar, la información del fallecido Dr. A. N. N., no constituye un hecho aislado ni mucho menos privado puesto que es sabida la trascendencia que la misma ha tenido y las connotaciones que su muerte trajo aparejadas. Incluso se trató de una noticia que trascendió las fronteras del país; nadie duda del carácter público de la noticia y de todo lo relacionado a su persona y su deceso.

En este tipo de cuestiones, relacionadas con hechos de carácter público y no en aspectos que invadieran su esfera reservada para ser expuesta a terceros sin un interés que la justificara, se entiende que debe prevalecer el principio de máxima divulgación de la información pública (CS, CIPPEC c/ Estado Nacional - Ministerio de Desarrollo Social - dto. 1172/03 s/ amparo ley 16.986, 26/03/2014; M., J. L. c. Diario La Arena y otros, 26/03/2013, JA 2013- III-288; D. R. B., M. c. Editorial Río Negro S.A. s/ daños y perjuicios, 30/10/2012, JA 2013-01-02 , 37, LA LEY 2013-B-346).

La Corte Suprema al interpretar la ley 11.723, ha expresado que ella veda la reproducción de la imagen en resguardo del correlativo derecho a preservarla, que sólo cede si se dan circunstancias que tengan en mira un interés general que aconseje hacerlas prevalecer por sobre aquel derecho (Fallos: 311: 1117).

Frente a lo opinable que pueda resultar esto, sin perjuicio de que el Tribunal a esta altura no tiene dudas de la solución que propicia, es importante destacar, el límite de la privacidad que se invoca. La actora aduce al respecto que las fotos que la vinculan con las noticias referentes al fallecido fiscal N. fueron extraídas sin su autorización de su "Facebook".

El interrogante que debe plantearse es hasta donde pueden considerarse íntimas las fotos que existen en una red social como la nombrada, donde justamente se trata de compartir eventos y fotos por una red masiva de comunicación y que casualmente se la define como una red social.

El funcionamiento de Facebook es similar al de cualquier otra red social, aunque esta oración deberíamos formularla al revés, ya que es esta la red social que marca los antecedentes y las condiciones que deben cumplir las demás. Definición de Facebook - Qué es, Significado y Concepto <http://definicion.de/facebook/#ixzz3k1VIsMEN>. Es un sitio de Internet que teje una amplia red de personas, instituciones, organizaciones sociales y escuelas, entre otras que quieren relacionarse. Es un sitio mediante el cual, además de publicar fotos, eventos, enlaces, videos, comentarios y sugerencias, se puede mantener comunicación con compañeros de trabajo, amigos y familiares, cada día las 24 horas. Cualquier persona puede hacerse miembro de Facebook, mediante una dirección de correo electrónico. En cuanto a la privacidad, hay cierto control personal al compartir información y quién puede verla. Los usuarios sólo pueden ver los perfiles de amigos confirmados. Se puede tener una gama infinita de amigos.

Sin embargo, las principales críticas a la red social y la empresa siempre se han centrado en la supuesta falta de privacidad que sufren sus millones de usuarios (Brown, Pamela (30 de septiembre de 2013). "NSA mines Facebook, including Americans' profiles". CNN.com (en inglés). Consultado el 5 de junio de 2014.

En función de ello, considerando que lo que se debate en el caso en análisis es la utilización de fotografías que la actora había publicado en su red social Facebook, las cuales sólo fueron publicadas a los fines de transmitir noticias sobre un hecho trascendente por las connotaciones que traía aparejada, como fue la muerte del fiscal N., este Tribunal no comparte la solución adoptada por la Sra. Jueza de grado. Ello sin perjuicio de lo que pudiera cuestionar la peticionante sobre la veracidad de las noticias que difundiera la prensa, que no es materia de este proceso (CNAC, D. P. Y. D. c/

Google Inc. Y otro s/ art. 250 CPC. – incidente civil, sentencia 2 de septiembre de 2015, MJ-JU-M-95456-AR).

Como se observa en el citado resolutorio los jueces consideraron que las fotos publicadas en una red social (Facebook, en este caso), salieron de la esfera íntima de la persona. Si bien no manifestaron que a las mismas se les pueda dar cualquier uso, para este caso en particular entendieron que, por tratarse de una cuestión vinculada a un caso de orden público, las fotos fueron publicadas legítimamente. En consecuencia, entendieron que no puede alegarse que una publicación de este tipo pertenezca a la faz íntima de la persona cuando ella misma es quien la comparte en una red social.

De los dos casos estudiados, y en la línea de lo estudiado en esta lectura, debemos resaltar la precaución que debe tomarse al realizar una publicación en redes sociales si luego pretendemos estar protegidos por la privacidad. Sin perjuicio de la relación que se cree con la plataforma en virtud de esa foto, hemos visto cómo claramente el derecho a la intimidad cede ante otras pretensiones por el sencillo hecho de haberla compartido con los amigos de una red.

Posteriormente veremos cómo se procede con datos de propiedad intelectual o la titularidad de las publicaciones; no obstante, debemos destacar que, independientemente de lo que suceda con la plataforma, al compartir contenido en una red social las pretensiones fundadas en derecho a la intimidad que posteriormente podamos plantear se verán, en general, en un plano de inferioridad frente a los derechos de divulgación de terceros.

Por ello, se debe ser extremadamente responsable a la hora de decidir efectuar una publicación. Si luego pretendemos alegar que la intimidad fue violada por que alguien accedió a la misma, se tornará difícil hacer primar ese derecho frente al que eventualmente tenga el supuesto infractor.

Distinto es el caso en relación a los menores de edad. El nuevo Código Civil y Comercial –alineado con lo que prevén los tratados internacionales- ha instalado el concepto de capacidad progresiva de los mismos mediante el cual se les otorga, a medida que ingresan en la madurez, mayor capacidad de decisión en relación al ejercicio de sus derechos. En ese sentido, las decisiones en cuanto al derecho de imagen (y, por ende, a su privacidad) ya no corren por cuenta exclusiva de los padres, sino que, según el caso

en particular, pueden ser tomadas por los propios menores. En ese sentido hay un fallo de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial, en los autos caratulados “G. V. A. c/ G. V. G. M. y otro s/ medidas precautorias”, en el cual se tuvo en cuenta especialmente esta situación.

En efecto, el padre de la menor había publicado reiteradas fotos de ella, con quien no tenía contacto hacía más de 10 años, y fue demandado para que las mismas sean dadas de baja de la red. Lo que manifestó el requerido fue que le menor no contaba con la capacidad de discernimiento suficiente toda vez que su voluntad estaba totalmente condicionada por la de su madre a causa del ensañamiento que esta tenía con él. En relación a la capacidad de la menor, el tribunal dijo:

valorando las impresiones recogidas en el encuentro mantenido con A. en ocasión de la audiencia celebrada en los autos conexos antes citados (ver f. 165 del expte n° 39875/2014), así como la específica materia del presente juicio; ha de concluirse que la adolescente A. G. V. posee la madurez psíquica y emocional y el entendimiento requeridos -con la consecuente capacidad de ejercicio- para ser autorizada a intervenir de un modo directo e inmediato en la defensa de sus propios intereses en el presente proceso promovido con el objeto de preservar su imagen e intimidad. CNACC, “G. V. A. c/ G. V. G. M. y otro s/ medidas precautorias”, 15-abr-2016 | Fallos | Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil | MJ-JU-M-110440-AR | MJJ110440 | MJJ110440

Es decir, luego de analizar el nivel de madurez en relación al posible ejercicio de sus derechos, concluyeron que estaba facultada para decidir en relación a su imagen y de su intimidad.

Luego de concluir que, en relación a ese punto, la opinión de la joven podía ser tenida en cuenta, procedieron a analizar la jerarquía de cada derecho; es decir, el del padre a publicar fotos de su hija vs. el de la menor a solicitar que sus fotos no sean publicadas. Al respecto dijo el tribunal:

Nótese al respecto que el derecho a la protección de la imagen de la persona retratada se funda en el derecho a la dignidad, pues ésta es la base de los derechos personalísimos. Así se desprende de los numerosos tratados integrantes del bloque de constitucionalidad federal, tales como la Convención de Derechos Humanos y la propia Convención Sobre los Derechos del Niño. Una vez más resaltaremos al Código Civil y

Comercial como una instancia de concreción material en el ordenamiento civil de los derechos fundamentales convencionalmente reconocidos. Adviértase la técnica legislativa que ha colocado en el nuevo Código, antes del art. 53, el art. 51 que refiere a la inviolabilidad de la persona humana, y el art. 52 que refiere a las afectaciones a la dignidad. Garsco, Marisa. El nuevo Código Civil y Comercial, respecto del microsistema de la propiedad intelectual, RCCyC 2015 octubre, 235).

Así las cosas, dado que nos encontramos frente a un derecho fundamental inherente a la persona-que esgrime la adolescente-- carecerá jurídicamente de relevancia el deseo de su padre de exhibir sus fotografías en una red social. En este caso el derecho enarbolado por su hija presenta una doble protección, mientras que su progenitor no ha podido ampararse en precepto constitucional o convencional alguno que permita que el interés de "A" ceda frente a su deseo de exhibir la fotografía de su hija. A ello se añade que, de conformidad a la prescripción legal contenida en el art. 3° *in fine* de la Ley N° 26.061, "cuando exista conflicto entre los derechos e intereses de las niñas, niños y adolescentes frente a otros derechos e intereses igualmente legítimos, prevalecerán los primeros"<sup>8</sup>.

"En tal inteligencia, la desvinculación de "A" con su progenitor -hecho lamentable, por cierto- que es objeto de específico tratamiento en el expte. n° 39875/2014, también en grado de apelación ante esta alzada, y a la vista para este acto- carece de toda incidencia para resolver la cuestión que nos convoca en las presentes actuaciones; de manera que la resolución a aquí adoptar no sería diferente si, por caso, se mantuviera una buena relación entre padre e hija y, más aún, aunque los progenitores convivieran. No obstante, cabe señalar que el Tribunal percibe que aquella problemática se halla enraizada en el interés del padre de publicar las imágenes de su hija en la red social Facebook; en respuesta a un deseo propio del Sr. G. V. Sin embargo, vale la pena insistir, esta aspiración del progenitor -aunque se la calificara como un derecho legítimo-debe necesariamente ceder frente al derecho fundamental de su hija sobre su propia imagen <sup>9</sup>

---

<sup>8</sup> Art. 3- Ley N° 26.061 (2005). Ley de protección integral de los derechos de las niñas, niños y adolescentes. Honorable Congreso de la Nación Argentina.

<sup>9</sup> Art. 3- Ley N° 26.061 (2005). Ley de protección integral de los derechos de las niñas, niños y adolescentes. Honorable Congreso de la Nación Argentina.

Se puede concluir de lo expuesto que se colocó al derecho a la imagen por sobre todas las cosas. Este derecho (derivado del derecho a la intimidad) cobra aún más relevancia cuando se trata de menores. Si analizamos el caso, se trata de un padre que reclamaba vía Facebook volver a encontrarse con su hija después de muchos años, lo cual es una cuestión extremadamente sensible. A pesar de esa situación, se resolvió primar el derecho a la intimidad por sobre el del demandado.

Esto debe tenerse especialmente en cuenta a la hora de publicar contenido que involucre a menores de edad. Son reiteradas las oportunidades en las que, por fines publicitarios o incluso por fines personales, se efectúan publicaciones de este tipo sin todas las previsiones a tal efecto y luego, se deberán asumir las consecuencias de esta falta de cuidado. Cuando de menores se trate, deberá analizarse profundamente la actitud del involucrado frente a ello y, en particular, la opinión de los padres al respecto.

Esta cautela no solo aplica para quienes publican contenido, como en el fallo que se acaba de citar, sino también para las plataformas. En tal sentido, en los autos “M. L. P. y en representación de la menor F. C. c/ Redes sociales Twitter, WhatsApp, Facebook, Google, Yahoo! y/o usuarios de Twitter s/ medida autosatisfactiva”, tramitada por ante los tribunales de Salta se ordenó a todas las redes sociales a dar de baja la publicación de imágenes y videos de una menor cuyo entorno no la había consentido. En efecto, resolvió:

Por ello, entendiendo que la documentación aportada a estos autos, resulta suficientemente elocuente para tener por acreditado que el video difundido en los portales y/o sitios de internet demandados, efectivamente afecta y perturba gravemente la intimidad de la menor (como también la de todo el grupo familiar), configurando tal difusión una flagrante violación al derecho personalísimo que tiene la niña a la protección de su intimidad e identidad, estimo procedente la medida solicitada por la peticionante. En consecuencia, corresponde ordenar a los demandados que en forma urgente e inmediata a su notificación, se abstengan de difundir algún video relacionado con la menor y proceden a la eliminación, anulación, borrado y/o desactivación de todos los registros informáticos de imágenes, videos, datos, comentarios, links, historiales, sitios, vínculos y/o motores de búsqueda que estén relacionados con ella y los que se encuentren en sitios dispositivos (celulares, pc, pendrive, cd, etc.) que permita su almacenamiento y guardado tanto en las redes

Twitter, WhatsApp, YouTube, Facebook, Google y Yahoo!, haciendo extensiva esta prohibición a todos los usuarios identificados en el apartado IIIc. de la prueba documental que acompañada Cámara M. L. P. y en representación de la menor F. C. c/ Redes sociales Twitter, WhatsApp, Facebook, Google, Yahoo! y/o usuarios de Twitter s/ medida autosatisfactiva,

En este caso la responsabilidad se extendió a quien publicó las fotos y a la propia plataforma. Es decir, se trasladó a los proveedores de este medio para la interacción humana las consecuencias de esa misma interacción.

Otro ejemplo que atribuye la responsabilidad a la plataforma y la obliga a dar de baja contenidos se encuentra en los casos de suplantación de identidad como una violación a los datos personales. En el caso "N. E. F. c/ Facebook Argentina S.R.L. s/ medida autosatisfactiva" se trató el pedido de una persona de dar de baja una página *fake* y notificar a todos los contactos de esa página que la misma era falsa. Se procedió directamente contra la red, no así contra quien, eventualmente, creó el sitio en cuestión. En particular, los hechos endilgados fueron:

En el relato de los hechos da cuenta que en el mes de abril del cte. año se anotició de la existencia de una cuenta [www.facebook.com](http://www.facebook.com), bajo la denominación "E.N.", en razón de lo qué, investigo el contenido, datos personales, contactos (amigos) e información pública que dicha cuenta posee. Que luego de ello advirtió que no se trata de un homónimo, como podría suceder, sino que se trata de una cuenta apócrifa, lo que surge de verificar los siguientes elementos que surgen de la cuenta indicada en el párrafo primero. En tal sentido alega que el nombre es exactamente igual al del dicente; que al ítem "Formación y Empleo" se expresa que trabaja en Estudio Jurídico, ciudad de Río Cuarto y que estudio en la U.N.R.C., aclarando el dicente que no estudio en esta casa de altos estudios, pero sí actualmente es docente de la misma. Que en "información básica" surge que la fecha de nacimiento es el 14 de abril de 1968. Remarca que, por otra parte, los contactos ("amigos") de dicha cuenta son personas conocidas del dicente. Aclara que, en la actualidad no existe otro abogado ni otro profesor de la U.N.R.C. que tenga el nombre "E.N.", de lo que surge que no se trata de un homónimo sino de una persona que intenta "hacerse pasar" por otra, sin conocerse los motivos o finalidades que pretende. Que la cuenta apócrifa mencionada consigna como fecha de "unión a Facebook" el 7 de marzo de 2013, es decir que ese día comenzó a operar en internet esta cuenta. Menciona que su padre, E.F. N. (p) también abogado del foro local y no docente de la U.N.R.C., falleció el día 8 de octubre de 2010, por lo que no queda nadie en la ciudad

de Río Cuarto con el nombre E.F. N. o E.N., más que quien suscribe (JFRC, "N. E. F. c/ Facebook Argentina S.R.L. s/ medida autosatisfactiva", sentencia del 4 de septiembre de 2013, MJ-JU-M-100549-AR).

Frente a la denuncia efectuada por los propios canales de Facebook, la plataforma resolvió dar de baja la cuenta; no obstante, el damnificado insistió con la necesidad de que se comuniquen a los contactos de esa cuenta el carácter de apócrifa. Sobre eso correspondió expedirse al tribunal, que en su parte más relevante estableció:

Se suma a lo anterior el "periculum en mora" que se presenta por la inminencia de la perpetración de cualquier daño ya que desde la cuenta Facebook actualmente cerrada por la empresa que administra dicha red social, se puede haber llegado a generar la duda sobre la identidad de a quien pertenecía la misma, generándose la necesidad de que dichas personas sean notificadas de los motivos por los cuales se ha cancelado la cuenta referida. Ya que, de no ser así, dichas personas podrían llegar a creer que es el mismo actor quien ha cerrado la cuenta por motivos distintos a una infracción al derecho a la privacidad e identidad de las personas. El mantenimiento de la situación denunciada importa la posibilidad de perpetración de violaciones de derechos esenciales contemplados por la Constitución Nacional, Convención Americana sobre Derechos Humanos, y demás tratados internacionales con jerarquía constitucional (art. 75 inc. 22 C.N.), concurriendo razones de urgencia intrínseca que ameritan despachar favorablemente su petición en aras de tornar efectiva la protección judicial que se pretende y atento que se trata de una pretensión que no persigue reparación económica alguna ni una condena declarativa en contra de nadie (in re: Juzgado de 1era Instancia C y C. de 12 Nom. de Rosario, autos: "B. F. y otros c/Facebook Arg. SRL s/ Medida Autosatisfactiva", fallo de fecha 13/07/2012). Lo señalado genera, a criterio de este juzgador, la posibilidad de que se conjure un perjuicio irreparable por la difusión de información inexacta e invasión de la identidad del actor con personas ("amigos en la red") que podrían considerar que la dicha cuenta fue cerrada por razones ajenas a la violación sobre normas a la privacidad e identidad. , de modo que, de no concurrirse en reclamo de la jurisdicción obteniendo una resolución favorable una tutela efectiva, el peticionante puede verse afectado con menoscabo a sus derechos. La denuncia formulada por el actor habilita esta especial acción tuitiva tendiente a evitar que, mediante el uso incorrecto de la informática, se pueda lesionar el honor, la intimidad y los restantes derechos de las personas como consecuencia de la difusión de datos erróneos, incompletos o inexactos referentes a ella. No debe olvidarse que los

derechos a la intimidad e identidad por ser "personalísimos" tienen un fundamento único que es el reconocimiento de que la persona humana tiene un valor en sí misma y como tal cabe reconocerle una dignidad (JFRC, "N. E. F. c/ Facebook Argentina S.R.L. s/ medida autosatisfactiva", sentencia del 4 de septiembre de 2013, MJ-JU-M-100549-AR).

En resumidas cuentas, lo que resolvió el tribunal fue que la suplantación de identidad ocurrida en una red social es una situación que vulnera la intimidad y la identidad de las personas. En consecuencia, será necesario tomar todos los recaudos posibles para que si se comete una infracción de este tipo, el damnificado pueda restituir las cosas al estado anterior (o lo más cercano posible). Se ordenó a Facebook notificar a todos los que hubieran sido contactos de la cuenta en cuestión el carácter de apócrifa de la misma para que estuvieran al tanto. De tal manera, se evitaría cualquier efecto dañoso que haya ocurrido a quien considere real alguna publicación de quien su identidad fue usurpada.

Con estos breves casos prácticos se pretende demostrar que, frente a cada caso en particular, se debe cotejar los intereses que hay en juego. Si conocemos el marco legal de las implicancias de las publicaciones, como así también las tendencias jurisprudenciales en relación a lo que se sube a las redes sociales, podremos comprender (al menos sintéticamente) los alcances de lo que compartimos en el *social media*.

# Referencias

**Cámara de Apelaciones en lo Penal, Convencional y de Faltas**, “Rodríguez, Lidia s/ queja por recurso de inconstitucionalidad denegado en: ‘Ferrucci, José Cayetano y otra s/ infr. art.(s). 153 bis CP” (1 de octubre de 2014). Expte. 10307/13.

**Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil**, “D. P. Y. D. c/ Google Inc. Y otro s/ art. 250 CPC. – incidente civil” (2 de septiembre de 2015), MJ-JU-M-95456-AR. Recuperado de <https://aldiaargentina.microjuris.com/2015/12/16/se-rechaza-la-medida-autosatisfactiva-en-tanto-no-pueden-considerarse-intimas-las-fotos-publicadas-por-una-persona-en-facebook-con-caracter-publico/>

**Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial**, “G. V. A. c/ G. V. G. M. y otro s/ medidas precautorias” 2017.

**Constitución Nacional Argentina** (1853). Congreso General Constituyente. Santa Fe, Argentina. 1 de mayo de 1853.

**Garsco, M.** Octubre 2015. El nuevo Código Civil y Comercial, respecto del microsistema de la propiedad intelectual, RCCyC, 235.

**Juzgado Federal de Río Cuarto** “N. E. F. c/ Facebook Argentina S.R.L. s/ medida autosatisfactiva” (4 de septiembre de 2013), MJ-JU-M-100549-AR. Recuperado de <https://aldiaargentina.microjuris.com/2016/10/14/cancelan-una-cuenta-apocrifade-facebook-y-obligan-a-notificar-el-motivo-de-cierre-a-todos-sus-contactos/>

**Ley N° 25.326** (2000). *Protección de los datos personales*. Honorable Congreso de la Nación Argentina.

**Ley N° 24.766** (1996). Ley de confidencialidad sobre información y productos que estén legítimamente bajo control de una persona y se divulgue indebidamente de manera contraria a los usos comerciales honestos. Honorable Congreso de la Nación Argentina.

**Ley N° 11.179** (1984). *Código Penal Argentino*. Honorable Congreso de la Nación Argentina.

**Ley N° 26.061** (2005). Ley de protección integral de los derechos de las niñas, niños y adolescentes. Honorable Congreso de la Nación Argentina. **Política de privacidad**. n/a.

MYGUARD SEE DEFEND, 2018