Unidad 1: Límites

4.1.1 ¿Qué es la propiedad intelectual?

¿Qué es el *copyright*? Alcances

A la hora de hablar de propiedad intelectual y de los derechos que de ella se derivan, debe necesariamente traerse a colación el artículo 17 de la Constitución Nacional, referente al derecho de propiedad en general. El mencionado artículo establece:

> La propiedad es inviolable, y ningún habitante de la Nación puede ser privado de ella, sino en virtud de sentencia fundada en ley. La expropiación por causa de utilidad pública, debe ser calificada por ley y previamente indemnizada. Sólo el Congreso impone las contribuciones que se expresan en el artículo 4. Ningún servicio personal es exigible, sino en virtud de ley o de sentencia fundada en ley. Todo autor o inventor es propietario exclusivo de su obra, invento o descubrimiento, por el término que le acuerde la ley. La confiscación de bienes queda borrada para siempre del Código Penal argentino. Ningún cuerpo armado puede hacer requisiciones, ni exigir auxilios de ninguna especie[1].

Lo subrayado de la normativa nos remarca la jerarquía constitucional del reconocimiento de lo que, genéricamente, se denomina **activos intangibles**, que es el objeto de protección de la propiedad intelectual.

Así, dentro de la diversidad de activos intangibles sujetos a la propiedad intelectual que protege el derecho, existen las marcas, patentes, diseños y modelos industriales y los derechos de autor o *copyright*. Sin perjuicio de que gran parte del desarrollo de la unidad se centrará exclusivamente en estos últimos, no puede dejar de hacerse mención y caracterizar a los otros institutos de propiedad intelectual.

a) Marcas

[1] Art. 17- Ley N° 24.430 (1994). Constitución de la Nación Argentina. Honorable Congreso de la Nación Argentina [subrayado propio].

La definición más concreta de lo que es una marca la establece Jorge Otamendi (2002) en su obra *Derecho de Marcas:* "La marca es el signo que distingue un producto de otro o un servicio de otro" (p. 7). De tal manera, por intermedio de las marcas, las distintas empresas o comerciantes ofrecen en el mercado sus productos y servicios y tienen la capacidad de identificarlos de los demás a través de un símbolo.

Una marca puede ser **denominativa**, cuando se trate exclusivamente de un nombre; **figurativa** cuando se trate de un logo; y mixta cuando sea una combinación de ambas. A su vez, pueden considerarse marcas todos aquellos sonidos, eslóganes, logos, olores y cualquier otro signo con capacidad distintiva que pueda asociarse a determinado producto.

La protección territorial de las marcas es netamente nacional, por lo que se deberá registrar la misma en todos los países en que se comercialicen los productos para poder gozar de los derechos de ser propietario o titular de marca. El título tiene una duración de 10 años y es renovable por una ilimitada cantidad de períodos, siempre que continúe la utilización de la marca por parte de su titular.

El titular, al registrar una marca, puede gozar de todos los derechos inherentes a su carácter de propietario. En efecto, podrá efectuar todas las acciones y defensas tendientes a evitar que cualquier otra persona o empresa utilice el nombre sin su autorización para productos o servicios del mismo rubro. La protección se extiende no solo hacia la literalidad del nombre o del logo, sino también a similitudes que puedan causar confusión en el público consumidor. Debe observarse el trascendental valor patrimonial que tienen las marcas en sí mismas para asimilar la importancia de su registración y el interés de los titulares en su protección.

En nuestro país el régimen de marcas está establecido en la Ley N° 22.362 y sigue los lineamientos de diversos tratados internacionales suscriptos en la materia. Huelga destacar que, en estas cuestiones y atento al crecimiento del tráfico internacional, la colaboración que existe entre países para proteger las marcas cobra una importancia elemental. En la actualidad, el Acuerdo de Niza, por ejemplo, establece la clase correspondiente a cada uno de los productos que salen al mercado a nivel mundial.

Del sintético análisis efectuado, puede concluirse que el intangible que protege la marca es, elementalmente, el signo con capacidad distintiva que identifica a determinado producto o servicio. Este intangible constituye una pieza fundamental de la empresa y del producto que se saca al mercado. De allí que debe tenerse un especial cuidado a la hora de, en redes sociales o en publicidad, hacer referencia al nombre comercial de un

producto por las implicancias que esta puede tener en su valor, tal como lo veremos en los casos de aplicación práctica.

b) Patentes

En este caso el objeto de protección es totalmente diferente al de las marcas, a pesar de que frecuentemente sean confundidas en la práctica. La patente protege una invención, tanto de productos (cosas que no existían) o procesos (nuevas maneras de hacer algo). Mediante la obtención de una patente, se consigue el monopolio de la explotación comercial y producción de ese producto por un plazo de 20 años en Argentina. El plazo variará dependiendo del país en el que se registre.

Para obtener una patente se deben cumplir tres requisitos que exige la ley: novedad (que no haya existido antes en el "estado de la técnica"), actividad inventiva (una producción tendiente a obtener ese resultado, a diferencia de los descubrimientos de la naturaleza) y aplicación industrial (que pueda ser aplicado en procesos industriales). En Argentina, el régimen de patentes está establecido en la Ley de Patentes y Modelos de Utilidad (N° 24.481), que se amolda a lo previsto en los diversos tratados internacionales de la materia.

Cabe aclarar que no es sencillo obtener una patente, se trata de un trámite bastante técnico y específico en el que se debe describir el producto o proceso (reivindicaciones) con una notable claridad conceptual técnica. A su vez, y para responder al requisito de que sea una novedad, se deben buscar antecedentes de patentes en el mundo y esta es una tarea excesivamente engorrosa, especialmente en casos en los cuales las diferencias idiomáticas son muy grandes.

Cuando se agrega una nueva funcionalidad a un producto determinado, y el mismo cumple con todos los requisitos de patentabilidad, estaremos en presencia de un **modelo de utilidad** al cual el ordenamiento le reconoce una protección similar a la de las patentes.

Si bien la protección de los inventos a través de las patentes son un pilar elemental de la protección de la propiedad intelectual, no compete a este curso ahondar en su análisis por exceder lo vinculado con la actividad del *community manager*. Lo que debe destacarse es su objeto de protección, su ámbito territorial de protección y su diferencia con otros derechos de propiedad intelectual que la ley consagra.

c) Diseño y modelo industrial

El diseño y el modelo industrial son derechos de propiedad intelectual internacionalmente reconocidos y protegen la forma determinada que se le otorga a un objeto existente. Es decir, no protegen la denominación (como lo hacen las marcas) ni tampoco la funcionalidad (como las patentes), sino exclusivamente la estética que tiene determinado producto. En la gran mayoría de las legislaciones, se prohíbe hacer referencia a la funcionalidad para no confundirlas con las patentes.

A su vez, cabe diferenciar que los modelos industriales son tridimensionales y los diseños industriales son bidimensionales. No obstante, lo que destacamos aquí es que lo que se busca proteger en estos casos es, sencillamente, la ornamentación.

d) Derechos de autor/*copyright*

Entramos aquí al principal tema de esta unidad: los derechos de autor. El objeto de protección de estos derechos es el aspecto moral y patrimonial de los creadores de obras intelectuales, literarias o artísticas.

En Argentina la cuestión está regulada por la Ley N° 11.723, la cual ha sufrido muy pocas modificaciones a lo largo del tiempo. Así, desde 1933, año en que fue dictada la ley, la misma permaneció prácticamente inmutable a pesar de los cambios notorios que ha tenido la materia que regula. No obstante, su amplio objeto de protección y su integración a diversos tratados internacionales permitió que se mantenga operativa a los fines de proteger los derechos de los autores. En tal sentido, el artículo 1 prevé:

> A los efectos de la presente Ley, las obras científicas, literarias y artísticas comprenden los escritos de toda naturaleza y extensión, entre ellos los programas de computación fuente y objeto; las compilaciones de datos o de otros materiales; las obras dramáticas, composiciones musicales, dramático-musicales; las cinematográficas, coreográficas y pantomímicas; las obras de dibujo, pintura, escultura, arquitectura; modelos y obras de arte o ciencia aplicadas al comercio o a la industria; los impresos, planos y mapas; los plásticos, fotografías, grabados y fonogramas, en fin, toda producción científica, literaria, artística o didáctica sea cual fuere el procedimiento de reproducción.

> La protección del derecho de autor abarcará la expresión de ideas, procedimientos, métodos de operación y conceptos matemáticos pero no esas ideas, procedimientos, métodos y conceptos en sí[2].

Del artículo citado se extrae que, en primer lugar, se refiere de manera genérica a las obras científicas, literarias y artísticas, para luego ingresar en una enumeración no taxativa de obras sujetas a protección por derechos de autor. Cuando hablamos de enumeración no taxativa nos referimos a que, para que una obra ingrese en este ámbito de protección, no es necesario que esté nombrada expresamente en la norma. Lo que fundamenta esta cuestión es que el ingenio y el intelecto humano crean constantemente obras bajo nuevos formatos que el legislador, a la hora de redactar la ley, se encuentra imposibilitado de prever. Si se observa el final del primer párrafo, el mismo dice "en fin, toda producción científica, literaria, artística o didáctica, sea cual fuere el procedimiento de reproducción"[3]. De tal manera, no quedan dudas que la enunciación de obras efectuada por la norma es meramente ejemplificativa.

Esta situación es relevante si se tiene en cuenta la constante aparición de nuevas maneras de expresar las ideas. En efecto, es muy discutida en doctrina la eventual protección por derechos de autor de los *posteos* que se realizan en Facebook, los *tuits*, los mensajes de audio enviados a través de redes sociales y muchas otras modernas formas de expresión que utilizan las personas y que podrían ingresar en esta tutela. A su vez, también se encuentran en discusión cómo proteger los modernos desarrollos de *software* que, muchas veces, son creados por intermedio de sistemas desarrollados a tal efecto.

A la hora de analizar los alcances del derecho de autor, diremos entonces, junto a Miguel Ángel Emery (2009) que

> se protege a la obra con prescindencia de su extensión y calidad siempre y cuando su forma de expresión tenga un mínimo de originalidad y novedad. Siempre que el trabajo implique un esfuerzo intelectual con un mínimo de expresión personal del autor, ya sea en su contenido o en su plan de desarrollo, en su presentación o en su

[2] Art. 1- Ley N° 11.723 (1933). Régimen Legal de la Propiedad Intelectual. Honorable Congreso de la Nación Argentina.
[3] Art. 1- Ley N° 11.723. Op. cit.

> recopilación, la obra es protegida por la ley 11.723 (Emery, 2009, p. 18).

Las ideas en sí mismas no son susceptibles de protección. Puede un autor tener una idea novedosa y creativa, pero no será protegida por ningún régimen jurídico hasta que no sea expresada de alguna manera. Lo relevante, en efecto, es el resultado de la idea y su producción manifestada a través de algún medio, ya que no es idea en sí misma la que goza de protección legal.

En cuanto al *copyright*, este proviene de legislaciones de derecho anglosajón (Estados Unidos, Reino Unido, etc.), a diferencia del derecho de autor que existe en los países de tradición jurídica latina. Los tratados internacionales han tendido a unificar ambas concepciones y a armonizar las normas para la convivencia internacional de la protección de la propiedad intelectual. La diferencia parte de la concepción que se tiene de esta clase de derechos: mientras que el esquema latino o "*civilista*" pone el foco en la personalidad del autor, el sistema del *copyright* lo hace en el aspecto comercial de la obra en sí misma.

En tal sentido, en nuestra legislación, al igual que en la de muchos otros países de similar tradición, se reconoce como autor al que posee los **derechos morales de autor**, los cuales son inherentes al creador de la obra y son indelegables e imprescriptibles. Lo que pretenden proteger es la "paternidad" de la obra (el derecho a ser reconocido como autor sin perjuicio de su comercialización), como así también el derecho a la inmutabilidad, es decir que la obra permanezca de la misma manera en que fue creada. Esta noción se enfoca en el aspecto humano de la creación y se centra en que sí es relevante la persona que crea determinada obra a la hora de analizar los conflictos de propiedad intelectual y de resolver en uno u otro sentido. Domicelli, R 2000. Recuperado de http://www.justiniano.com/revista_doctrina/Derecho_de_autor.htm

También existen en nuestro ordenamiento otros derechos patrimoniales de autor que refieren a la explotación comercial de la obra, tales como la comercialización, licencia, cesión, alquiler, derecho de reproducción, de instalación y muchas otras innumerables maneras de comercializar una obra sujeta a derechos de autor. El autor dispone de todos estos modos y puede explotar comercialmente la obra de la forma en que lo considere más adecuado. Si bien son reconocidos como la faz patrimonial del derecho de autor, es lo que, históricamente, ha tomado como facultades principales el *copyright*.

Si se entiende así la protección de las obras, se permite la aparición de muchas de ellas bajo el ámbito del *corporate copyright* que, por no depender de la personalidad del autor, caen bajo su protección y se explotan comercialmente.

En síntesis, el *copyright* y los derechos de autor se diferencian en que los segundos reconocen que el autor tiene derechos no solo patrimoniales, sino también morales. Con esto ponen el foco en su condición humana y creativa. El *copyright*, por su parte, se centra exclusivamente en la faz comercial de la protección.

A su vez es importante destacar que, en nuestro país, para ejercer los derechos de autor la obra debe registrarse. En tal sentido, se efectúa un depósito con requisitos mínimos ante la Dirección Nacional de Derechos de Autor que presume la titularidad de la obra y, por ende, autoriza el ejercicio de los derechos. Para evitar lo que sucede, por ejemplo, con las marcas o las patentes, se estableció un mecanismo de protección transnacional.

En tal sentido, la Convención Universal de Derechos de Autor de 1952 establece:

> 1. Todo Estado contratante que, según su legislación interna, exija como condición para la protección de los derechos de los autores, el cumplimiento de formalidades tales como depósito, registro, mención, certificados notariales, pago de tasas, manufactura o publicación en el territorio nacional, considerara satisfechas tales exigencias, para toda obra protegida de acuerdo con los términos de la presente Convención, publicada por primera vez fuera del territorio de dicho Estado por un autor que no sea nacional del mismo, si, desde la primera publicación de dicha obra, todos sus ejemplares, publicados con autorización del autor o de cualquier otro titular de sus derechos, llevan el símbolo © acompañado del nombre del titular del derecho de autor y de la indicación del año de la primera publicación; el símbolo, el nombre y el año deben ponerse de manera y en sitio tales que muestren claramente que el derecho de autor está reservado[4].

[4] Art. III- Convención Universal de Derechos de Autor. 1952.

Lo que se extrae de dicho artículo es que, si se cumplen los requisitos que exige el país donde la obra es publicada o creada, solo se exigirán mínimas condiciones para que la protección establecida se extienda a otros territorios. En tal sentido, se establece sencillamente la obligación de llevar el logo de *copyright* (©), el nombre de su titular y el año de su creación. Con esa sencilla mención la obra tendrá protección en todos los países firmantes del tratado en cuestión.

Este requisito legal hace que gran parte de las obras a las cuales se accede tienen la inscripción "*© Todos los derechos reservados*".

4.1.2 Límites a los derechos de los autores

En base a los derechos morales y patrimoniales que la ley consagra a los autores, se puede establecer un principio que, si bien no es absoluto, es ejemplificativo: ***Todo lo que no está expresamente permitido por el autor, está prohibido***. En efecto, al no existir una autorización legal expresa que habilite a una persona efectuar determinado acto para con una obra, se entenderá que comete una infracción a los derechos patrimoniales del autor o del titular de la obra. Se aclara aquí que la diferencia entre autor y titular de la obra radica en que este último puede gozar de los derechos de autor por una transferencia efectuada por quien los tuvo originariamente (el autor).

Así, en consecuencia, es el autor quien tiene la potestad exclusiva de resolver el destino comercial de la obra y la explotación económica que pueda hacer de la misma. Desde esta premisa se han creado distintos tipos de contratos, que se conocen como **de licenciamiento**, a partir de los cuales los titulares de obras establecen las condiciones para acceder a la obra y lo que puede hacer quien la adquiera. De este modo, surgieron diversos tipos de licencias de *software,* por ejemplo, *copyleft*, GNL, Debian, BSD, etc. mediante las cuales los autores otorgan más o menos facultades a quienes acceden a sus obras y se pueden conceder autorizaciones amplias, como modificar o comercializar la obra, u otras más restringidas, como reproducirla una sola vez en determinada ocasión. Por ello, a la hora de analizar las facultades concedidas por el autor a una obra que se adquiere, deberá prestarse especial atención a los términos de la licencia que la acompaña.

No obstante, corresponde poner de manifiesto que los derechos de autor no son absolutos. Por ello, sin perjuicio del eventual conflicto con otros derechos, las legislaciones de propiedad intelectual establecen varias limitaciones a las facultades de los titulares de obras, fundadas en el interés de la comunidad, en el acceso a la cultura y en el libre intercambio de la misma. Conocer estas limitaciones permitirá saber en qué casos se puede disponer libremente de una obra y en cuáles lo podemos hacer parcialmente.

Limitación temporal

En primer lugar, debe decirse que los derechos patrimoniales de autor tienen un límite de duración legal. En tal sentido, la exclusividad de los autores no es perpetua, sino que se encuentra limitada en el tiempo. Al respecto, el ordenamiento argentino prevé:

> La propiedad intelectual sobre sus obras corresponde a los autores durante su vida y a sus herederos o derechohabientes hasta setenta años contados a partir del 1 de enero del año siguiente al de la muerte del autor.
>
> En los casos de obras en colaboración, este término comenzará a contarse desde el 1 de enero del año siguiente al de la muerte del último colaborador. Para las obras póstumas, el término de setenta años empezará a correr a partir del 1 de enero del año siguiente al de la muerte del autor.
>
> En caso de que un autor falleciere sin dejar herederos, y se declarase vacante su herencia, los derechos que a aquél correspondiesen sobre sus obras pasarán al Estado por todo el término de Ley, sin perjuicio de los derechos de terceros[5].

Más allá de los derechos morales de autor (que son inherentes a la personalidad del mismo y son imprescriptibles), el artículo establece que los derechos patrimoniales de este (o su propiedad intelectual) tendrán validez durante toda su vida. Una vez fallecido, los mismos derechos quedarán en manos de sus herederos legítimos.

[5] Art. 5- Ley N° 11.723. Op. cit.

Transcurridos setenta años del fallecimiento, pasan a ser de **dominio público** y están disponibles para toda la comunidad.

Actualmente, son incontables las obras (sobre todo, literarias) que se consideran de dominio público por esta limitación y a las que se puede acceder a un bajo costo, justamente porque quienes las publican las tienen disponibles.

Derecho de cita

El artículo 10 de la Ley N° 11.723 establece:

> Cualquiera puede publicar con fines didácticos o científicos, comentarios, críticas o notas referentes a las obras intelectuales, incluyendo hasta mil palabras de obras literarias o científicas u ocho compases en las musicales y en todos los casos sólo las partes del texto indispensables a ese efecto.
>
> Quedan comprendidas en esta disposición las obras docentes, de enseñanza, colecciones, antologías y otras semejantes[6].

Por lo expuesto, para proteger la cultura y la difusión del conocimiento, se permite hacer referencia a determinadas obras y citarlas textualmente, siempre con respeto de las limitaciones legales. El derecho de cita es admitido universalmente en todas las legislaciones que reconocen los derechos de propiedad intelectual, lo que varía es la extensión de la cita permitida. No obstante, para efectuar una cita que cumpla con los requisitos legales, deberá indicarse expresamente el nombre del autor, de la obra y citarse literalmente, sin hacer modificaciones al texto al que se referencia.

También se deberán tener en cuenta los fines para los cuales se permite hacer uso de este derecho: deben ser fines didácticos o científicos. En consecuencia, y tal como ha ocurrido en diversos pronunciamientos judiciales, si el objetivo del texto o la obra que cita un fragmento de otra no es uno de estos, se deberá indemnizar al titular de los derechos.

[6] Art- 10- Ley N° 11.723. Op. cit.

Fines informativos o periodísticos

Los fines informativos constituyen otro límite a los derechos de autor. La ley en distintos lugares reconoce excepciones a los derechos consagrados, justamente en defensa de la libertad de prensa y del ejercicio de la actividad periodística. Por ejemplo cuando indica “exceptuase la información periodística"[7]; o en el art. 28, segunda parte: "Las noticias de interés general podrán ser utilizadas, transmitidas o retransmitidas; pero cuando se publiquen en su versión original será necesario expresar la fuente de ellas"[8]; art. 31, tercera parte “Es libre la publicación del retrato cuando se relacione con fines científicos, didácticos y en general culturales, o con hechos o acontecimientos de interés público o que se hubieran desarrollado en público"[9]; art. 35:

> El consentimiento a que se refiere el art. 31 para la publicación del retrato no es necesario después de transcurridos 20 años de la muerte de la persona retratada.
>
> Para la publicación de una carta, el consentimiento no es necesario después de transcurridos 20 años de la muerte del autor de la carta. Esto aún en el caso de que la carta sea objeto de protección como obra, en virtud de la presente ley[10].

Reproducción con fines educativos.

La Ley de Propiedad Intelectual indica excepciones de acuerdo al fin, lugar e intérpretes para la protección de las obras. Así, se establece:

> será lícita estará exenta de pago de derechos de autor y de los intérpretes que establece el art. 56, la representación, la ejecución y la recitación de obras literarias o artísticas ya publicadas, en actos públicos organizados por establecimientos de enseñanza, vinculados en el cumplimiento de sus fines educativos, planes y programas de estudio,

[7] Art. 27- Ley N° 11.723. Op. cit.
[8] Art. 28- Ley N° 11.723. Op. cit.
[9] Art. 31- Ley N° 11.723. Op. cit.
[10] Art. 35- Ley N° 11.723. Op. cit.

siempre a que el espectáculo no sea difundido fuera del lugar donde se realice y la concurrencia de los intérpretes sea gratuita.

También gozarán de la exención del pago del derecho de autor a que se refiere el párrafo anterior, la ejecución o interpretación de piezas musicales en los conciertos, audiciones y actuaciones públicas a cargo de las orquestas, bandas, fanfarrias, coros y demás organismos musicales pertenecientes a instituciones del Estado Nacional, de las provincias o de las municipalidades, siempre que la concurrencia de público a los mismos sea gratuita[11].

El *fair use*

En países con mecanismo de *copyright*, cuyo sistema jurídico es el *common law* existe un concepto conocido como ***fair use*** que indica cuándo es adecuado el uso de una obra protegida y en qué ocasiones se reproduce en detrimento de los derechos del titular. Es un concepto jurisprudencial en evolución que se construye con el paso del tiempo mediante las resoluciones de los jueces. Actualmente, para que la utilización de obras protegidas se considere justo o adecuado, deberán tenerse en cuenta cuatro criterios:

1) Cuál es la naturaleza de la obra protegida.

2) El fin con el que se utilizará.

3) El impacto en el mercado de la utilización de la obra en relación a la obra protegida.

4) La extensión del uso en relación a la extensión de la obra protegida.

Estas son limitaciones generales que están presentes en distintos ordenamientos, aunque puede haber particularidades de acuerdo a la legislación puntual que se trate. De no existir una excepción estrictamente legal o que surja de la licencia que el propio autor otorgue, deberá recordarse que todo lo que no está expresamente permitido, está prohibido.

[11] Art. 36- Ley N° 11.723. Op. cit.

4.1.3 Tendencias legislativas en propiedad intelectual

A la hora de analizar las modificaciones en las normativas sobre la propiedad intelectual deberemos, necesariamente, referirnos a la Unión Europea, que suele ser pionera en regular estas cuestiones. En tal sentido, y luego de más de dos años de debate, se aprobó una Recomendación Directiva sobre los derechos de autor en el mercado único digital, expediente 2016/0280 (COD). para los países miembros (quienes deberán resolver si se amoldan o no a la nueva normativa) acerca de este tema.

El principal objetivo que tuvieron los parlamentarios para elaborar la nueva normativa fue amoldar la legislación a la coyuntura actual, ya que cuando se aprobó la última legislación no existían las grandes plataformas como Google, YouTube, Facebook, Twitter, etc. En la búsqueda de esa actualización, se generó un debate (tanto parlamentario como social) acerca de dos artículos que, finalmente, fueron aprobados. Es importante destacarlos ya que de ellos se extrae lo que, posiblemente, sean las principales tendencias legislativas para las restantes regiones.

Nos referimos aquí a los artículos 15 y 17 de la Directiva de derechos de autor en el mercado único digital, que son los más ampliamente debatidos. El primero de ellos se refiere a la publicación que hagan terceros de material protegido por propiedad intelectual. En particular, establece que se debe remunerar a los titulares de los derechos de autor de las noticias cuando las mismas son republicadas. Hay mucha discusión en torno a cuál es el alcance de esta cuestión, si se trata de republicar la noticia completa o solo el titular y el enlace, entre otros aspectos. El problema es conocido en internet como la "**tasa Google**".

Para identificar a los destinatarios de tal protección, se diferencian las publicaciones de prensa (que se actualizan periódicamente) de aquellas académicas o científicas. Otro tema de debate es la conveniencia o inconveniencia de las restricciones de publicación, justamente para los protegidos. Muchos periodistas y medios de prensa consideran que la fácil difusión de las noticias que ellos publican es conveniente por sobre la restricción genérica de tales reproducciones.

Por otro lado, se encuentra el artículo 17, más controvertido aún. El mismo prevé una restricción muy importante a las plataformas destinadas a compartir o interactuar sobre

contenidos propios o ajenos y las responsabiliza directamente por publicar material protegido por derechos de autor sin autorización de su titular. Hasta ahora la actitud de estos sitios era retirar las publicaciones cuando se conozca la infracción, pero si esta reglamentación se transforma en ley, la responsabilidad de la plataforma existirá desde el momento en que el contenido se publique. Esta situación las obliga a tener una actividad previa muy intensa, algo que ha despertado la crítica de muchos especialistas que afirman que, en la actualidad, las tecnologías utilizadas por estas plataformas fallan al detectar algunas infracciones y advierten que es técnicamente imposible que exista alguna capaz de alertar cada vez que se pretenda publicar contenido protegido sin autorización.

Quienes defienden la normativa sostienen que la tecnología ha brindado numerosas soluciones para acceder a contenido que antes era restringido, haciendo que esta norma sea totalmente contraria a esa evolución.

La Directiva de la Unión Europea fue objeto de arduas discusiones y las grandes empresas tecnológicas tomaron distintas posturas. Por ejemplo, Google, se manifestó abiertamente en contra de la reforma y creó la página https://saveyourinternet.eu para explicar cómo esta iniciativa perjudicaría a la comunidad en general. Por su parte, otros grandes grupos de interés se expresaron a favor de la reforma, la cual terminó siendo aprobada en abril de 2019.

Para implementar la reforma, los países miembros deberán adoptar las recomendaciones en sus legislaciones internas, algo que seguramente ocasionará nuevas discusiones. A pesar de la duda existente respecto de su aplicación efectiva, no puede dejar de destacarse la importancia de este esfuerzo en lo que respecta a legislaciones de vanguardia. En efecto, y aunque la gran mayoría de las empresas informáticas se encuentran en Estados Unidos, es la Unión Europea la que toma la iniciativa mundial para reformar las legislaciones de la gran mayoría de los aspectos tecnológicos. Es por ello que será cuestión de tiempo para que esta clase de iniciativas llegue a los países latinoamericanos.

En otro orden de cosas, las leyes promulgadas por la Unión Europea cobran especial trascendencia luego del acuerdo comercial que se efectuó con el Mercosur, que es de público conocimiento. En consecuencia, se espera que las normas dictadas en aspectos comerciales puedan ser replicadas en los territorios sudamericanos que pertenecen a tal organización firmante. Es por ello que lo que lo que acontezca en Europa tendrá relevancia para Argentina y para el resto de los países de la región.

Algo que se impone en la comunidad internacional, y que está presente en la agenda mundial desde hace tiempo, es la suscripción de nuestro país a un tratado internacional de patentes. Este acuerdo permitirá acceder a los patentamientos en otros Estados de un modo más sencillo y con menores costos.

4.1.4 ¿Cómo protegen las redes sociales la propiedad intelectual?

Previo a analizar la situación de algunas de las plataformas de interacción *online* más renombradas y utilizadas, debemos hacer la salvedad de que es bajísimo el nivel de litigio en estas cuestiones. Los costos y las dilaciones que generalmente tienen estas asociados estos temas trae como resultado que los conflictos se resuelvan por los mecanismos que las mismas redes proveen.

Estos sistemas creados por las redes están en constante evolución y mejoramiento. A su vez, no se encuentran exentos de críticas, porque muchos usuarios se consideran censurados cuando una plataforma bloquea un contenido por distintos motivos.

A esto se suma la dificultad que tienen los propietarios de obras para hacer un control exhaustivo de todas las publicaciones que eventualmente puedan vulnerar sus derechos, sumado a la vasta variedad de legislaciones y mecanismos diferentes de protección que aplican a cada caso. Es por ello que los mecanismos tecnológicos terminan por dirimir las disputas y son los que concluyen los reclamos.

YouTube prevé a sus usuarios una herramienta llamada **Content ID**, que permite hacer un filtro de *copyright* sobre los contenidos compartidos a su plataforma. Así, cuando se sube un contenido, se contrasta con la base de datos de contenidos protegidos (que es una especie de huella digital y se detectan eventuales coincidencias que luego servirán para alertar al autor. Una vez hecho esto, el autor puede optar por monetizar la publicación u ordenar la baja del contenido y puede, en este último caso, hacer un seguimiento estadístico de visitas, *likes*, etc.

A su vez, debe destacarse que solamente se detectarán los usos eventuales de las obras en contenidos (es decir, se revisará si la obra se usa en contenidos de Youtube Si la obra está utilizada, la detecta)., pero no se emitirá un criterio genérico de si ese uso es el permitido o no. Si se detecta la reproducción de un contenido protegido, se creará la

alerta de Content ID y solo mediante la creación de un incidente podrá publicarlo el usuario que pretendió subirlo en primera instancia. Es decir, por más que el usuario cuente con una autorización legal para tener ese video, la alerta y el procedimiento interno se iniciarán de todos modos por detectarse la coincidencia con la base de contenidos protegidos. Recién una vez resuelto el incidente o la incidencia creada *online*, el video en cuestión será subido efectivamente por el titular de la plataforma.

No obstante, los derechos de autor pueden vulnerarse más allá de lo protegido por Content ID. Es decir, si alguien no cargó sus contenidos en la herramienta y no creó su "huella digital", lo mismo puede reclamar por sus derechos de autor ante la plataforma y esta tomará las acciones correspondientes para cesar la infracción. En relación a la música, YouTube en sus políticas (*music policies*) toma medidas similares a las de Content ID.

En lo que respecta a Twitter, en sus *rules and policies* (que citamos textualmente más adelante), establece procedimientos mucho más formales que los de otras plataformas y analizan los requisitos legales de cada planteo en particular:

> Twitter responde a los reclamos por infracción de los derechos de autor que se hayan enviado en virtud de la Ley de Derechos de Autor del Milenio Digital ("DMCA", por sus siglas en inglés). La Sección 512 de la DMCA describe los requisitos legales necesarios para denunciar formalmente una infracción de los derechos de autor y también ofrece instrucciones sobre cómo una parte afectada puede apelar una eliminación mediante el envío de un recurso válido.
>
> Twitter responderá a las denuncias por supuestas infracciones de los derechos de autor, tales como las acusaciones por el supuesto uso no autorizado de una imagen protegida por derechos de autor como foto de perfil o de encabezado; las acusaciones por el supuesto uso no autorizado de un video o una imagen protegidos por derechos de autor que se hayan cargado mediante nuestros servicios de alojamiento de contenido multimedia; o los Tweets que incluyan enlaces a contenidos supuestamente infractores. ….
>
> Antes de presentar un reclamo formal a Twitter, ten en cuenta que, según se señala en 17 U.S.C. § 512(f), puedes ser responsable de

los daños, incluidos los costos y honorarios de abogados en los que pudiéramos incurrir nosotros o nuestros usuarios, si declararas falsa y deliberadamente que determinado material o actividad está en infracción. Si tienes dudas respecto de si el material que quieres denunciar es efectivamente infractor, deberías comunicarte con un abogado antes de presentarnos una notificación (…)

Para enviar un reclamo por infracción de los derechos de autor, debes proporcionarnos la siguiente información:

- una firma física o electrónica (basta con que escribas tu nombre completo) del titular de los derechos de autor o de una persona autorizada para actuar en su nombre;
- la identificación de la obra cuyos derechos de autor presuntamente se infringieron (p. ej., un enlace a tu obra original o una descripción clara del material que se presume objeto de la infracción);
- la identificación del material infractor e información que sea razonablemente suficiente para permitir que Twitter localice el material en nuestro sitio web o en nuestros servicios;
- la información de contacto de quien presenta la reclamación, con inclusión de la dirección, el número telefónico y una dirección de correo electrónico;
- una declaración según la cual consideras de buena fe que el uso del material en la forma indicada no está autorizado por el titular de los derechos de autor, por su agente o por la ley; y
- una declaración según la cual la información que se incluye en el reclamo es exacta y según la cual, bajo pena de perjurio, estás autorizado para actuar en representación del titular de los derechos de autor.

Si quieres denunciar el contenido de un Tweet, proporciónanos el enlace directo al Tweet. O bien, especifica si la presunta infracción se encuentra en el encabezado, en el avatar, etc. UN ENLACE A UNA PÁGINA DE PERFIL NO ES SUFICIENTE PARA QUE TWITTER IDENTIFIQUE LOS ELEMENTOS INFRACTORES

(…)

> La respuesta de Twitter a los reclamos por infracción de los derechos de autor puede incluir la eliminación o la restricción del acceso al material presuntamente infractor. Si eliminamos o restringimos el acceso al contenido del usuario en respuesta a un reclamo por infracción de los derechos de autor, Twitter intentará de buena fe comunicarse con el titular de la cuenta afectada para informarle sobre la eliminación o restricción del acceso, lo que incluye el envío de una copia completa del reclamo e instrucciones sobre cómo presentar un recurso.
>
> Si aún no recibes una copia del reclamo por infracción de los derechos de autor en relación con el contenido eliminado de tu cuenta, responde al ticket de asistencia que te enviamos. Si tu queja implica la eliminación de contenido de Periscope, consulta este artículo del centro de ayuda con respecto a cómo solicitar una copia de tu queja.
>
> Con el objetivo de mostrar la mayor transparencia posible en lo que respecta a la eliminación del contenido publicado por los usuarios o la restricción del acceso a dicho contenido, marcamos de manera clara los Tweets y el contenido multimedia retenido para indicar a los espectadores la presencia de contenido retenido (ejemplos a continuación). Además, enviamos a Lumen una copia editada de cada reclamo por infracción de los derechos de autor y de cada recurso que procesamos, para su publicación en un sitio web público (sin tu información personal) (Twitter, s.f., https://help.twitter.com/es/rules-and-policies/copyright-policy).

A partir de este fragmento de las políticas se puede ver claramente que la actitud asumida por esta red social es mucho más precisa y analiza cada caso a la hora de resolver los incidentes que se le presentan. En lugar de tomar acciones activas o preventivas, se centra en el eventual reproche y reclamo puntual una vez que el mismo es creado por algún usuario o tercero. Debe destacarse que esta postura genérica para todos los países puede acarrearle responsabilidades en aquellos que ponen al titular de la plataforma como el principal responsable de los contenidos que allí se publican, como así también en los que exigen una respuesta instantánea a los reclamos creados.

WhatsApp, por su parte, permite eliminar contenido infractor en la medida en que el mismo se encuentre en la foto de perfil, estado o nombre de perfil. Para iniciar tal

incidente y que el mismo sea evaluado por la plataforma, la notificación deberá ser enviada por correo físico a los *headquarters* de la empresa que se encuentran en Estados Unidos.

Unidad 2: Aplicación práctica

4.2.1 Casos de estudio. *Tips* de aplicación práctica. Cómo evitar infracciones

Hemos analizado los principales aspectos de los derechos de propiedad intelectual en el ámbito del *social media* y, a partir de los principios rectores en materia de leyes de propiedad intelectual, se pueden esbozar algunos criterios prácticos relacionados con el uso de imágenes, música y video. Cada una de estas obras presenta algunas particularidades que son precisas tener en cuenta a la hora de subirlas, reproducirlas, compartirlas o comunicarlas en un sitio web o red social.

Respecto de las imágenes, tenemos que distinguir dos supuestos:

- Imágenes generales que no involucran personas: para este caso rigen plenamente las leyes de propiedad intelectual. Por lo tanto, si una imagen determinada es una obra intelectual, se requerirán las autorizaciones del caso a los efectos de que su circulación por internet sea lícita.
- Imágenes que involucran a personas: son los **llamados retratos fotográficos**. En las redes sociales este tipo de imágenes proliferan y se puede ver a personas físicas en determinadas situaciones (en un festejo de cumpleaños, en un paseo por un lugar público, reunidas con amigos, etcétera, e, incluso, las llamadas *selfies*).

Este segundo caso tiene algunas particularidades, dado que pueden estar involucrados dos tipos de derechos diferentes que deben ser respetados a la hora de poner esas imágenes en circulación en internet:

- El derecho sobre el retrato fotográfico, que es un derecho de propiedad intelectual y que solo tendrá aplicación cuando el retrato

cumpla con el requisito de originalidad que se exige a las obras intelectuales.

- El derecho a la imagen de la persona fotografiada, que es un derecho personalísimo y que puede o no estar relacionado con el derecho a la intimidad o privacidad. Por ejemplo, en el caso de una modelo que asiste a una sesión de fotos para una determinada revista y luego esas fotos se emplean para televisión, en ese caso se afectaría su derecho a la imagen, pero no su derecho a la intimidad; en cambio, si fotografiamos a una persona en el patio de su casa mientras se encuentra tomando sol sentada en una reposera y luego esa imagen se publica en internet, estaremos afectando su derecho a la imagen y su derecho a la intimidad.

Justamente este entrecruzamiento de derechos es lo que explica que esta temática tenga una doble regulación: por un lado, en la Ley N° 11.723 de Propiedad Intelectual y, por el otro, en el Código Civil y Comercial de la Nación.

En efecto, la norma básica que regula el derecho a la imagen es el artículo 31 de la Ley de Propiedad Intelectual, que dispone:

> El retrato fotográfico de una persona no puede ser puesto en el comercio sin el consentimiento expreso de la persona misma y muerta ésta, de su cónyuge e hijos o descendientes directos de éstos, o en su defecto, del padre o de la madre. Faltando el cónyuge, los hijos, el padre o la madre, o los descendientes directos de los hijos, la publicación es libre. La persona que haya dado su consentimiento puede revocarlo resarciendo daños y perjuicios. Es libre la publicación del retrato cuando se relacione con fines científicos, didácticos y en general culturales, o con hechos o acontecimientos de interés público o que se hubieran desarrollado en público[12].

[12] Art. 32- Ley N° 11.723. Op. cit.

Dentro de la actividad del community manager, lo que se debe tener en cuenta para utilizar lícitamente la imagen de una persona es:

- **Si existe un consentimiento:** la persona titular de esa imagen debe prestar su consentimiento y este deberá ser "expreso, inequívoco y positivo" (Vaninetti, 2010, p. 175). Como el derecho a la imagen es un derecho personalísimo, no se puede prescindir de este elemento. Además, debe ser un consentimiento especialmente prestado para el acto que se pretende realizar con la imagen en cuestión, lo cual cobra especial relevancia en materia de redes sociales. Para llevarlo a un ejemplo concreto: si unos amigos se toman una foto en una reunión, no significa que presten su consentimiento para que esa imagen sea publicada en una red social. Su consentimiento se limitó al hecho de tomarse la foto y lo conveniente, en esos casos, sería advertirlos de que la foto será subida a determinada red social.
- **Si existen fines científicos, didácticos y culturales**, por ejemplo, publicar la imagen de una persona en una revista científica. Es importante destacar que esto es legalmente válido en la medida en que esa imagen no afecte otros derechos personalísimos del titular de la misma, por ejemplo, su honor o intimidad. En esos casos, se requerirá un consentimiento específico para ello.
- **Si la fotografía se tomó en un acontecimiento público**, por ejemplo, puede circular libremente la imagen de una persona que participó de una marcha pública. Aplica aquí la misma aclaración que se hizo en el punto anterior, no deben verse afectados otros derechos personalísimos del titular de la imagen.

Estas situaciones se encuentran expresamente previstas en la ley y, fuera de ellas, el uso de la imagen de un tercero devendrá ilícito y tendrá consecuencias para quien haya violado este derecho personalísimo. Además, "la protección de la imagen es concedida por el Derecho aun en ausencia de la demostración de un daño cierto, pues la mera captación ilegítima ya es de por sí configurativa de la lesión" (Vaninetti, 2010, p. 175).

Ahora bien, cuando la violación del derecho a la imagen conlleva violación a la intimidad u honor de la persona titular del derecho, se aplica también la legislación civil.

En efecto, el Código Civil y Comercial en su artículo 1770 lo incluye en los siguientes términos:

> Protección de la vida privada. El que arbitrariamente se entromete en la vida ajena y publica retratos, difunde correspondencia, mortifica a otros en sus costumbres o sentimientos, o perturba de cualquier modo su intimidad, debe ser obligado a cesar en tales actividades, si antes no cesaron, y a pagar una indemnización que debe fijar el juez, de acuerdo con las circunstancias. Además, a pedido del agraviado, puede ordenarse la publicación de la sentencia en un diario o periódico del lugar, si esta medida es procedente para una adecuada reparación[13].

Por otro lado, en el artículo 52, en el capítulo referido a los derechos personalísimos, se establece que "la persona humana lesionada en su intimidad personal o familiar, honra o reputación, imagen o identidad, o que de cualquier modo resulte menoscabada en su dignidad personal, puede reclamar la prevención y reparación de los daños sufridos"[14].

Queda claro, entonces, que la publicación de un retrato puede afectar la intimidad, la imagen o la intimidad y la imagen de una persona, y el responsable de tal perjuicio deberá responder por las consecuencias dañosas de su accionar. Esto puede acontecer no solo a causa de la publicación de imágenes en su estado original, sino, por ejemplo, cuando se publican imágenes deformadas de una persona.

En materia de obras musicales, se distinguen los siguientes derechos:

- El derecho del autor de la obra: aquí tenemos piezas musicales que son exclusivamente instrumentales y las llamadas **canciones**, tienen letra y música. En un caso tendremos solamente el derecho de propiedad intelectual del compositor de la pieza y, en el otro, se encontrará el derecho de propiedad intelectual del compositor de la música y del autor de la letra.
- Los llamados **derechos conexos** al derecho del autor: son los que tienen el intérprete de la canción y el ejecutante de la pieza para su interpretación o

[13] Art. 1770- Ley N° 26.994 (2014). Código Civil y Comercial de la Nación. Honorable Congreso de la Nación Argentina.
[14] Art. 52- Ley N° 26.994. Op. cit.

ejecución respectivamente, y el derecho del productor fonográfico respecto del fonograma en los casos de obras musicales fonograbadas.

Piense en un ejemplo: el tango "Uno". El autor de la música es Mariano Mores y la letra es de Enrique Santos Discépolo. Fue interpretado por muchos más, entre ellos distinguimos la versión de la orquesta Héctor Stamponi, cantada por Edmundo Rivero y editada por RCA Victor. Entonces, en ese caso, tenemos distintas personas, físicas o jurídicas, con distintos derechos sobre una misma obra.

Si bien en Argentina la ley que regula todos estos derechos es la Ley N° 11.723 de Propiedad Intelectual, a nivel internacional hay diferentes convenios que protegen, por un lado, los derechos del autor y, por otro, los derechos conexos. Por lo tanto, al momento de subir, compartir o descargar una obra musical, debemos tener en cuenta que nuestro accionar cumpla con la legislación y contemple todos estos derechos.

Finalmente, la particularidad que tienen los videos es que son obras audiovisuales, es decir, combinan imágenes y sonidos. Esas imágenes pueden ser fotos, cuadros, filmaciones u otras composiciones visuales. Los sonidos, por su parte, pueden ser grabaciones propias del video (por ejemplo, los videos caseros o los que reflejan alguna noticia), o bien, piezas musicales. En todo caso, estamos ante la presencia de obras que combinan, o pueden combinar, otras obras protegidas por propiedad intelectual.

Por ende, este tema cobra singular relevancia y complejidad y se requiere contar con la autorización de los titulares de los derechos para el uso de las imágenes y para el empleo de música al momento de elaborar un video y subirlo a internet.

Es interesante pensar en la responsabilidad que tiene el titular de una cuenta en una red social y la red misma al momento de que se comparte un video y se emplea, para ello, el botón "compartir en" que se encuentra debajo de los videos subidos a YouTube ¿Qué sucede si el video estaba en YouTube sin autorización del autor? ¿Qué responsabilidad tienen los terceros, usuarios de la red social en cuestión, cuando comparten el video subido por otro usuario? ¿Qué responsabilidad le cabe a la red social por las violaciones a los derechos de propiedad intelectual acometidas en otra plataforma? Son temas que deberán ser analizados y resueltos a la luz de los principios expuestos.

En relación a la jurisprudencia, no hay muchos precedentes en relación a la violación de derechos de autor o propiedad intelectual en redes sociales. En general, las cuestiones

son resueltas por los canales que las propias plataformas ofrecen, sin necesidad de acudir a la justicia.

No obstante, se incluye aquí cita un caso que, si bien sus hechos no ocurrieron en plataformas de internet, podrían repetirse en una de ellas y la resolución sería aplicable a este escenario. Se trata de la causa "Fabrykant Silvio c/ Arte Gráfico Editorial Argentino S.A. s/ daños y perjuicios" donde el autor de unas obras fotográficas demandó a Clarín por publicar las mismas sin autorización en un suplemento de una revista. En tal caso, la Cámara Nacional de Apelaciones consideró que se debía resarcir al autor, aunque la obra no haya estado registrada y aunque los derechos de la misma hayan sido cedidos a un tercero.

En efecto manifiesta el tribunal:

> En cuanto al carácter de autor de la obra fotográfica, invocado por el actor, cabe señalar que en la tapa del CD de la cantante Gilda, realizada por la empresa discográfica con la que contrató el actor y cuya copia obra a fs. 6, se consigna que las fotos allí obrantes fueron realizadas por el Estudio Fabrykant. Como es sabido, la autoría constituye una premisa básica en los reclamos fundados en la propiedad intelectual de las obras (art.2, ley 11729). Sin embargo, la sentencia apelada funda el rechazo no en la falta de prueba sobre la autoría sino en la ausencia de registración de tal calidad.
>
> En el caso, insisto, la autoría ha sido acreditada con la cubierta del CD, en cuyo texto se la consigna, circunstancia que presupone al menos la debida registración de la obra fonográfica. Si bien es cierto que el depósito de la obra fotográfica en el Registro de Derecho de Autor no fue acreditado, lo cierto es que tampoco la cuestión ha sido específicamente controvertida por la accionada en autos, sino que fue introducida por el juzgador en su sentencia.
>
> Ahora bien, constituye un criterio reiteradamente sostenido por la doctrina y la jurisprudencia que la falta de inscripción de las obras en la Dirección Nacional de Derecho de Autor carece de entidad para desestimar el derecho invocado por el actor pues se trata de un mero depósito en custodia que demuestra la pretensión de propiedad del depositante (conf. art. 62, ley citada). Es que la titularidad de la propiedad de la obra nace de su autoría y es oponible "erga omnes".

> En efecto, la autoría de una obra intelectual no se origina con la inscripción en el registro, sino que nace y se fija en el autor por la fuerza de la creación de la obra y, por tanto, no se pierde por no haberse cumplido con dicho registro o depósito (conf. CNCiv., sala A, 19/2/2008, "Scanu c. Aver S.A. s/ daños y perjuicios", La Ley Online y CNCiv., sala L, "Bechis c. Automóvil Club Argentino y otro" del 7/9/2009, La Ley Online, AR/JUR/38443/2009).

Por otra parte, en relación a la transmisión que efectuó previamente el autor, se resolvió lo siguiente:

> Si bien es cierto que no se acompañó el contrato firmado en el año 1995 con la discográfica, lo cierto es que ello resulta irrelevante para decidir la cuestión cuando la demandada no invocó título jurídico alguno para realizar la reproducción no autorizada que efectuó. Por otra parte, no constituye un tema menor que la ley establece que la cesión o enajenación de la obra no involucra el derecho de reproducción, salvo pacto expreso que la demandada no ha invocado ni probado y que, de existir, tampoco la autoriza a reproducir la obra pues no es la cesionaria.
>
> En efecto, el art. 54 de la ley 11723 establece que "La enajenación o cesión de una obra pictórica, escultórica, fotográfica o de artes análogas, salvo pacto en contrario, no lleva implícito el derecho de reproducción que permanece reservado al autor o sus derechohabientes."
>
> Al respecto la jurisprudencia ha establecido que "la venta de las copias positivas de las fotografías no implica que el fotógrafo haya cedido la obra fotográfica; el autor conserva el derecho de reproducción que reconoce el art. 54 de la ley 11.723" (conf. CNCiv., Sala C, 15/3/91, LL 1991-C-401, con nota de Emery, Miguel A., "La interpretación restrictiva en la cesión de derechos intelectuales")

En esta resolución, el tribunal ordenó al medio gráfico indemnizar al autor por la publicación de los contenidos protegidos por propiedad intelectual sin su autorización,

aun a pesar de haber cedido los derechos patrimoniales y de no haberla registrado. Debe tenerse en cuenta que, si bien el caso no versa sobre contenidos *online* o el *social media*, los principios que de él se derivan son totalmente aplicables a cualquier publicación que se pueda hacer en tales circunstancias.

En conclusión, previo a publicar contenido que pueda ser objeto de protección de propiedad intelectual, deberán analizarse seriamente los antecedentes y la protección con la que cuentan. En muchos casos, será material cuya reproducción no sabíamos que estaba prohibida y podremos sufrir consecuencias derivadas de la violación a los derechos de autor.

Referencias

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. Arreglo de Niza Relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas. 1957 Recuperado de https://www.wipo.int/treaties/es/text.jsp?file_id=287532

Emery, M. A. 2009. *Propiedad Intelectual*. Ley 11.723. Buenos Aires: Astrea.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la ciencia y la Cultura. Convención Universal de Derechos de Autor. Ginebra, 6 de septiembre de 1952.

DIRECTIVA DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO. Directiva de Derechos de Autor en el Mercado Único Digital. Abril de 2019 Unión Europea.

Ley N° 24.430 (1994). *Constitución de la Nación Argentina*. Honorable Congreso de la Nación Argentina.

Ley N° 22.362 (1980). *Ley de Marcas y designaciones*. Poder Ejecutivo Nacional.

Ley N° 24.481 (1995). Ley de Patentes de Invención y Modelos de Utilidad. Honorable Congreso de la Nación Argentina.

Ley N° 11.723 (1933). *Régimen Legal de la Propiedad Intelectual*. Honorable Congreso de la Nación Argentina.

Ley N° 26.994 (2014). *Código Civil y Comercial de la Nación*. Honorable Congreso de la Nación Argentina.

Otamendi, J. (2002). *Derecho de Marcas*. Cuarta Edición. Buenos Aires: Lexis Nexis y Abeledo-Perrot.

Twitter (s.f.). *Política de derechos de autor*. Recuperado de https://help.twitter.com/es/rules-and-policies/copyright-policy

Vaninetti, H. (2010). *Aspectos jurídicos de Internet*. Junín. Librería Editora Platense.