



Programa. Aspectos legales del social media en el fútbol

Objetivos

Competencias

Bibliografía

Criterios de participación y aprobación

TEMARIO

Módulo 1. Régimen jurídico de las redes sociales y derechos personales

Módulo 2. Propiedad intelectual

Módulo 3. Ilícitos en las redes sociales

Módulo 4. Aplicación a nuestro trabajo en social media

Objetivos

El planteo de objetivos permite que tenga una idea acabada de lo que se pretende que alcance al finalizar el proceso de enseñanza y aprendizaje de este curso. Pero el propósito es más fuerte aún: indicamos lo que debe lograr para que estos conocimientos aporten a los objetivos de su formación.

Para alcanzar estos objetivos, debe completar el proceso propuesto en el recorrido de las diferentes etapas del curso que se le presenta.

Entonces, si trabaja de la manera indicada, estará en condiciones de alcanzar los siguientes objetivos:

Objetivo general

Conocer el marco legal y los aspectos contractuales que rigen la actividad del *social media* para su aplicación en una institución de fútbol.

Objetivos específicos

- Conocer las leyes que rigen aspectos fundamentales de la actividad del social media, tales como el derecho a la privacidad, a la propiedad intelectual y a la libertad de expresión.
- Aprender los aspectos fundamentales de los términos y condiciones de las redes sociales que operan como compromisos contractuales.
- Dominar aspectos legales prácticos para un correcto desenvolvimiento en el ámbito de las redes sociales y las comunicaciones digitales de una institución de fútbol.

CONTINUAR

Competencias

Las competencias que esperamos usted desarrolle con el recorrido de este curso son:

Competencias genéricas

- **Trabajo en equipo y colaborativo:** capacidad de integrarse con sus compañeros para lograr los objetivos compartidos y la sinergia de un grupo de alta *performance*.
- **Capacidad de análisis y reflexión:** capacidad de examinar metódicamente los distintos aspectos de una realidad o situación y asumir una valoración frente a ellos.
- **Creatividad y soluciones innovadoras basadas en el conocimiento:** capacidad para dar nuevas alternativas de solución a problemas existentes basadas en el conocimiento formal.

Competencia específica

Conocimiento del marco regulatorio y los términos y condiciones contractuales que rigen la actividad de las redes

sociales para un correcto desempeño y asesoramiento a empresas y usuarios en el *social media* aplicado al fútbol.

CONTINUAR

Bibliografía

Facebook (2021). Condiciones y políticas de Facebook - Declaración de derechos y responsabilidades. <https://www.facebook.com/legal/terms>.

Fernández Delpech, H. (2014). *Manual de Derecho Informático*. Abeledo Perrot.

Google (2021). Condiciones de servicio de Google. <https://policies.google.com/terms/update?hl=es&gl=ar#toc-what-we-expect>.

CONTINUAR

Criterios de participación y aprobación

Criterios de participación

Durante el mes de cursado, se espera que el alumno:

- Recorra los contenidos multimediales de cada uno de los módulos que integran el curso.
- Realice las actividades propuestas.
- Realice la evaluación final.

Criterios de aprobación

Se recomienda que el alumno realice las cuatro (4) actividades propuestas y luego resuelva el examen final.

Para aprobar el cursado, el alumno deberá obtener un puntaje de al menos 60% en el examen.

[CONTINUAR](#)

Módulo 1. Régimen jurídico de las redes sociales y derechos personales

Unidad 1.1 Régimen jurídico

1.1.1 Titularidad de la plataforma y titularidad de la cuenta del usuario

1.1.2 Validez contractual de los términos y condiciones (TyC)

1.1.3 Lo que nadie lee, pero debería saber de los TyC

1.1.4 Aspectos legales de los concursos en redes sociales

Unidad 1.2 Privacidad y libertad de expresión

1.2.1 Marco jurídico de la privacidad y el derecho a la intimidad

1.2.2 Política de privacidad en redes sociales

1.2.3 Ley de *habeas data*

1.2.4 Protección legal de la libertad de expresión

CONTINUAR

Módulo 2. Propiedad intelectual

Unidad 2.1 Conceptos básicos de la propiedad intelectual

2.1.1 Leyes que protegen la propiedad intelectual

2.1.2 Creative Commons y otras licencias de libre uso

2.1.3 Licencia estándar de YouTube

2.1.4 Caducidad de los derechos de propiedad intelectual

Unidad 2.2 Principios de aplicación práctica

2.2.1 Criterios para el uso de imágenes, música y video

2.2.2 Derechos de uso en casos de *mashups*

2.2.3 Dónde hallar imágenes de uso libre

2.2.4 Descargas y legalidad. Casos Napster y Netflix vs. Cuevana

CONTINUAR



Módulo 3. Ilícitos en las redes sociales

Unidad 3.1 Principales ilícitos en el ámbito del *social media*

3.1.1 *Spam y phishing*

3.1.2 *Bullying*

3.1.3 Calumnias e injurias

3.1.4 Otros delitos en el entorno *online*

Unidad 3.2 Jurisprudencia de interés

3.2.1 Caso Taringa

3.2.2 Google y las modelos

3.2.3 Facebook y libertad de expresión

3.2.4 Jurisprudencia sobre agravios

CONTINUAR



Módulo 4. Aplicación a nuestro trabajo en social media

Unidad 4.1 Factores que pueden afectar nuestra tarea en *social media*

4.1.1 Ámbitos de importancia en nuestros planes de comunicación

4.1.2 Áreas de conflicto posible

4.1.3 Las normas de convivencia en espacios sociales

4.1.4 Aspectos de las normativas de convivencia

Unidad 4.2 Herramientas

4.2.1 Biblioteca de audio de YouTube

4.2.2 Colección de sonidos de Facebook

4.2.3 Bancos de imágenes y videos

4.2.4 Bibliotecas de contenido de dominio público

