

Derechos de autor en redes sociales



Internet es un gigantesco proveedor de contenidos y servicios, además es un gran puente que conecta a usuarios para que puedan tener acceso e intercambiar datos. Aunque los primeros sistemas de mensajería y de correo electrónico tienen su cuota de relevancia, es innegable el aporte de las redes sociales como catalizadores de nuevas maneras de comunicar, generar, intercambiar y compartir contenidos.

Muchos emprendedores usan las redes sociales como vías para difundir y mercadear sus productos. Por eso es de **vital importancia conocer de dónde proviene el contenido que se está publicando** - textos, fotografías, audios, videos, etc. - ya que en el caso de que no sean de nuestra autoría, podríamos estar infringiendo los derechos de autor de otra persona. Sí, aquí es en donde nos damos el cabezazo porque **el hecho de que un contenido esté en Internet, no significa que podamos apropiarnos de él.**

Y sí, esta es la parte en la que piensas “pero si está en Internet es de uso libre”. Pues la verdad, esto no es tan cierto, porque así como hemos aprendido anteriormente ([link al post anterior “Un monstruo llamado propiedad intelectual”](#)) que todas las creaciones producto del ingenio pueden, y deberían, estar protegidas por la propiedad intelectual para que nadie se aproveche indebidamente de ellas, los contenidos que se encuentran en la red también tienen sus creadores y sus derechos. Afortunadamente, de esto sí han escrito diversos autores, y bastante.

Lo primero que debemos tener en cuenta son las condiciones de uso de cada red social. Sí, ese texto infinitamente largo que en la mayoría de los casos no leemos y simplemente apretamos el botón “Acepto”. Allí están definidos los usos y responsabilidades de los usuarios con respecto a los contenidos que publican y los términos en los que cada red hace uso de esos contenidos.

Facebook, por ejemplo, dice esto extraído de su Declaración de Principios y Responsabilidades: **“Eres el propietario de todo el contenido y la información que publicas en Facebook y puedes controlar cómo se comparte a través de la configuración de la privacidad y de las aplicaciones”**.

Cuando un usuario sube contenido propio a sus redes sociales dichos contenidos están automáticamente sujetos a los términos y condiciones de cada red. Por eso hay que leerlas antes de darle al botón “Acepto”. Pero la atribución de la obra se mantiene, tal como lo explica el profesor José Rafael Fariñas, abogado experto en propiedad intelectual y Director de la Sociedad de Autores y Compositores de Venezuela (SACVEN): “Cuando subes material a la red no estás diciendo que se puede utilizar indiscriminadamente, solo lo estás poniendo a disposición. Pero cuando se hace un uso diferente al original hay que tener cuidado con el patrimonio moral o atribución de la obra”.

Es decir, si un tercero comparte nuestros contenidos, en principio debería respetar la atribución o autoría, y si además quiere utilizarlos tiene que solicitar nuestra autorización. Esto no siempre aplica cuando ese “tercero” es la propia red social, ya que en la mayoría de las condiciones de uso expresan claramente que los contenidos que subamos a sus plataformas pueden ser usados por las mismas. Facebook lo enuncia así en su Declaración de Principios y Responsabilidades

“En el caso de contenido protegido por derechos de propiedad intelectual, como fotos y videos (“contenido de PI”), nos concedes específicamente el siguiente permiso, de acuerdo con la configuración de la privacidad y de las aplicaciones: nos concedes una licencia no exclusiva, transferible, con derechos de sublicencia, libre de regalías y aplicable en todo el mundo para utilizar cualquier contenido de PI que publiques en Facebook o en conexión con Facebook (“licencia de PI”). Esta licencia de PI finaliza cuando eliminas tu contenido de PI o tu cuenta, salvo si el contenido se compartió con terceros y estos no lo eliminaron”

En resumidas cuentas, **las obras originales deben ser respetadas en plataformas online de la misma forma como deben ser respetadas en el mundo 1.0**. Asimismo, como emprendedores **tenemos que buscar la forma de que la atribución de nuestros contenidos digitales originales estén protegidos** y para eso existen desde expertos en el mundo 1.0 hasta las licencias Creative Commons, pasando por otras alternativas.

Fuente: [Clarke, Modet & Co](#)