



DERECHO COMERCIAL Y MERCANTIL

Sitios Web, Internet y la ley: Algunos principios básicos

Internet es actualmente casi universal; casi todas las empresas (sociedades, organizaciones sin fines de lucro, organizaciones no gubernamentales, fondos de bien público, empresas públicas) poseen su propia interfase en la World Wide Web, ya sea para comercializar sus productos y servicios, o para proporcionar información, a sus clientes. Estas distintas interfases de la Web contienen una cantidad de información, diseño gráfico, imágenes, y otras características multimedia que le brinda a cada una de ellas su propia originalidad. Las ideas creativas abundan a la hora de diseñar un sitio Web. Sin embargo, en medio de ese proceso, muchos desconocen o se olvidan de determinados principios básicos que se deben tener en cuenta en la medida que el proyecto se elabora.

No se puede crear ningún sitio Web sin contenido, sea éste visual, de texto, o de sonido. A los fines de agregar esos elementos en su interfase Web, es importante preguntarse sobre su origen. Asimismo, varias regulaciones canadienses y de Québec controlan la naturaleza de la información de un sitio Web, así como también el modo en el que se transmite al público. Simplemente piense sobre la *Charte de la langue française* (Carta de la Lengua francesa) de Québec, que regula el idioma de publicación de textos escritos, así como las distintas leyes que regulan la confidencialidad de la información personal.

Asimismo, al momento de crear un sitio Web, también es conveniente establecer desde el inicio los términos y condiciones de uso aplicables a los visitantes de la Web, inclusive a los clientes de la empresa.

Además, un contrato expreso celebrado entre el diseñador del sitio Web y el propietario del sitio Web contribuirá a evitar desacuerdos entre estas personas primero durante la creación y luego durante el funcionamiento del sitio Web.

La elección del nombre de dominio constituye un paso importante en la concepción de un sitio Web. Por consiguiente, la comercialización de los productos / servicios de una empresa se debería planificar cuidadosamente en detalle, no solamente por medio de sus marcas comerciales y nombres comerciales, sino también a través de su presencia en Internet.

Esta crónica legal pretende delinear una breve introducción sobre las distintas consecuencias legales relacionadas con la creación y la puesta en marcha de un sitio Web.

1. Contenidos de sitios Web

1.1 La Charte de la langue française (Carta de la Lengua francesa)

La empresa cuyas sedes principales u oficinas comerciales se encuentren en Québec no pueden utilizar solamente el inglés en sus comunicaciones a través de su sitio Web, aún en el caso de que fuera en contra de su plan de comercialización. Efectivamente, la Charte de la langue française exige que toda forma de publicidad comercial realizada en Québec sea en idioma francés. Esta obligación se aplica también a los anuncios y a la información que se comunica a través de Internet, a pesar de su característica internacional. Por consiguiente, las empresas de Québec deben brindar una versión de su sitio Web en francés. Sin embargo, en algunas circunstancias se pueden aplicar determinadas excepciones.

1.2 Información confidencial obtenida de un sitio Web

Cuando su sitio Web se utiliza para obtener información personal de carácter confidencial, es importante recordar que determinadas leyes provinciales y federales regulan la divulgación de esta información. Estas leyes se aplican a la retransmisión de información obtenida de Internet del mismo modo que lo haría respecto de los editores de una revista o periódico. La empresa prudente se asegurará de indicar con claridad, a los usuarios de su sitio Web, su política relativa a cualquier posible uso que pudiera hacer la empresa de la información obtenida del sitio Web.

1.3 La Ley de Derecho de Autor

1.3.1 Contenidos visuales

A los fines de no pagar regalías, algunos artistas gráficos y diseñadores de sitios Web tienen la mala costumbre de volver a utilizar un trabajo visual y modificarlo a los efectos de que sea irreconocible. Pero cuidado: el derecho de autor protege cada uno de los trabajos de un autor y le permite reclamar lo debido (inclusive en el caso de que su trabajo sea utilizado en un contexto en el que el público desconoce la identidad del autor del trabajo) particularmente a través de la aplicación de derechos morales que protegen la integridad del trabajo. Efectivamente, un autor puede ejercer un control determinado sobre otros trabajos derivados del suyo, inclusive sobre las modificaciones efectuadas a través de procesos artísticos e intelectuales. Como consecuencia, la práctica de descargar una imagen o un diseño gráfico, a los efectos de modificarlos, se debe prohibir dado que expone al usuario a serias demandas. No es suficiente adquirir los derechos del autor; un editor de multimedia también debe siempre consultar al autor antes de modificar un trabajo a los fines de su producto multimedia. Sin embargo, el autor puede renunciar tácitamente a ejercer su derecho a la integridad del trabajo cuando así lo permite el contexto específico del proyecto o expresamente cuando se establece claramente en el contrato.

Haciendo lugar a algunas excepciones, la protección otorgada bajo la Ley de Derechos de Autor caduca a los 50 años de la muerte del autor. Por consiguiente, uno debe ser cuidadoso. No todos los diseñadores de sitios Web tienen el mismo nivel de ética, sin embargo generalmente es el propietario del sitio Web quien tiene que pagar el precio de la infracción al derecho de autor. Asimismo, en la medida en que el sitio Web gane popularidad (y en consecuencia aumente su audiencia de Internet), las consecuencias relacionadas con la infracción de un derecho de autor aumentarán en forma proporcional.

1.3.2 Contenidos de texto

Con relación al derecho de autor sobre textos escritos, los lineamientos establecidos arriba bajo Contenidos Visuales se aplican con pocas modificaciones.

No obstante, uno de los aspectos relativos al contenido textual de un sitio Web, a diferencia de imágenes o diseños, es que puede traducirse a cualquier cantidad de idiomas. Como regla general, es necesario obtener la autorización del traductor antes de poner en línea la traducción de un texto. Efectivamente, el traductor posee derechos de autor sobre cualquier trabajo de traducción que él realice, inclusive en el caso de que se trate exclusivamente de una traducción de un texto creado por otra persona. Debemos recordar que en ese caso también es necesaria la autorización del creador del texto original, dado que él conserva los derechos morales sobre el texto traducido.

1.3.3 Derechos sobre la imagen personal

El concepto de derechos de imagen personal deriva del derecho de privacidad de una persona. Efectivamente, está prohibido utilizar la imagen de una persona sin obtener primero su autorización. Bajo el Código Civil de Québec, todas las personas, y no solamente las celebridades, tienen derecho a controlar el uso de su imagen. Este derecho no cesa con la muerte de la persona y en consecuencia lo puede ejercer sus herederos, por ejemplo en el caso de que la imagen conserve un valor determinado (solamente piense sobre íconos de la cultura pop fallecidos como por ejemplo Marilyn Monroe, John Lennon, y Elvis Presley). Inclusive una sola foto de un desconocido, tomada en la calle y publicada (en la Web, en una revista o en otro medio), puede causar problemas si no se obtuvo el consentimiento previo del "sujeto". ¡El desafortunado fotógrafo (y su editor) tiene más posibilidades de recibir cartas de reclamo que cartas de agradecimiento!

Como un ejemplo de ello, considere el caso hipotético de un sitio Web que apoya un programa contra el abuso de droga. Allí se publica la fotografía de un grupo de adolescentes, tomada en el patio de una escuela después de la jornada escolar. Estos adolescentes tomados al azar, aunque no son celebridades, podría objetar legalmente la publicación de esta fotografía que asocia sus imágenes con el uso de droga. Inclusive podrían reclamar por daños y perjuicios, en el caso que pudieran probar que la publicación de la foto empañó su reputación.

¡Hasta la maestra que desea agregar una foto o un video de la obra escolar de sus alumnos en su sitio Web debe obtener el consentimiento de sus “actores” ! De hecho, no es necesario ser un actor profesional ni pertenecer a ninguna comunidad de actores para favorecerse con los derechos de imagen personal. Tampoco se puede suponer que, en ese contexto, los “actores” convinieron tácitamente en que se usara su imagen en comunicaciones públicas que promocionan la escuela; es necesario su consentimiento expreso.

Los derechos de imagen personal no se deberían interpretar como un obstáculo a todos los esfuerzos artísticos (inclusive fotográficos); su importancia respecto de un trabajo en particular depende del contexto fáctico y del hecho de que el trabajo en cuestión se deba publicar o sea estrictamente privado. De todos modos, el artista siempre debería tener en cuenta los derechos personales de su “sujeto”.

1.3.4 Trabajos creados por empleados

Una empresa tiene derecho a publicar en su sitio Web (o en cualquier otro medio igualmente) cualquier trabajo que haya sido compilado o creado por sus empleados dentro del ámbito de su relación laboral. Bajo la Ley de Derechos de Autor, el derecho de autor de los trabajos creados por el empleado automáticamente pertenecen al empleador. Ese empleador en consecuencia puede utilizar esos trabajos sin necesidad de pagar ninguna regalía a sus empleados. En esos casos se debe estar seguro que cada “creador” de hecho es un empleado, y no un trabajador autónomo independiente (que tiene la propiedad personal del derecho de autor sobre cualquier trabajo que él cree a menos que se disponga específicamente lo contrario en el contrato de trabajo).

2. Medios tendientes a evitar posibles demandas judiciales

2.1 El contrato con el diseñador del sitio Web

Un cliente le solicita al diseñador de sitio Web que le prepare una propuesta para un proyecto. El diseñador tiene una idea original para el desarrollo de ese sitio Web y lógicamente, quiere que esa propuesta sea aceptada por el cliente. Sin embargo, en esa etapa, él ni siquiera sabe si el cliente le otorgará el contrato. Entre la creación y la presentación de un proyecto al cliente y el momento en el que el cliente efectivamente otorga el contrato ¿el diseñador tiene algún derecho de autor sobre las ideas expuestas en su propuesta para el desarrollo del sitio Web? La respuesta es afirmativa, siempre y cuando esas ideas hayan sido lo suficientemente detalladas y hubieran sido puestas por escrito. De hecho, esas ideas son más fáciles de proteger cuando se “fijan” por escrito. No obstante, la mejor protección continúa siendo la firma de un contrato a tal efecto, con anterioridad a la presentación del proyecto, entre el diseñador y su cliente.

La empresa que contrata los servicios de un diseñador de sitios Web independiente a los efectos de crear su sitio Web no se convierte automáticamente en el propietario de los derechos de autor de ese sitio Web (cuya titularidad pertenece al diseñador del sitio Web), inclusive en el caso de que se hubiera pagado el precio acordado en forma total. Por consiguiente es altamente recomendable tener un contrato escrito en el que se indique claramente que la propiedad del sitio Web volverá a la empresa una vez que éste sea terminado y entregado. Asimismo, también se debería acordar que los derechos morales del diseñador del sitio Web se transferirán también a la empresa, dado que el cliente algún día puede querer modificar el sitio Web.

También sería prudente asegurarse que el diseñador del sitio Web es exclusivamente responsable de obtener las licencias correspondientes (en particular las relacionadas con los gráficos), a los efectos de que el cliente pueda utilizar el sitio Web de conformidad plena con la ley. En esas circunstancias, parte de esos contenidos los puede proporcionar el cliente, o el cliente puede insistir en la inclusión de determinados contenidos. En esos casos, es importante identificar sobre quien recaen a los efectos de contactar al titular del derecho de autor y eventualmente pagar las regalías necesarias. Si un diseñador gráfico proporciona imágenes para iluminar un sitio Web, pero esas imágenes son plagiadas, el propietario del sitio Web puede ser responsable inclusive en el caso de que ignorara que esas imágenes fueran copiadas. En ese caso podría verse obligado a levantar su sitio Web. Por este motivo, se recomienda prever una cláusula de garantía en la que se obligue al diseñador gráfico a mantener indemne al propietario del sitio Web en virtud de cualquier infracción a los derechos de terceras partes.

2.2 La protección de información incluida en un sitio Web

Cuando una empresa crea un sitio Web, se recomienda confeccionar los términos y condiciones de uso del sitio para clientes y otros usuarios de Internet. De lo contrario, algunos usuarios pueden suponer que tienen la autorización tácita para descargar y reproducir los contenidos del sitio Web. ¿La empresa le otorgara a los usuarios el derecho de reproducción de los gráficos al solo efecto de que puedan consultarlos en pantalla, o por el contrario, desea brindarles la posibilidad de descargar y guardar el contenido del sitio Web? En el caso de que la empresa autorice al usuario a guardar en su disco el contenido del sitio Web, ¿cuál es el uso permitido del contenido? Por ejemplo, tomemos el caso de la publicación “The Legal Insider”, cuyas publicaciones están disponibles en línea. Nosotros queremos permitirles a nuestros lectores copiar y pasar a otros nuestra crónica

jurídica, pero solamente siempre y cuando se conserve la integridad de los textos y que se mencione su origen. Por otro lado, el editor de una crónica jurídica "privada", disponible exclusivamente para suscriptos, expresamente desea vedar la distribución de su publicación a quienes no estén suscriptos.

Otro ejemplo: una cámara de comercio está interesada en distribuir la lista e información de contacto de sus miembros. El objetivo es permitirles a los usuarios de Internet que contacten a los miembros de la cámara en el curso de un negocio. ¿Debería la cámara imponer límites? En caso afirmativo, ¿Qué clase de límites? La cámara se debe hacer esta clase de preguntas a los efectos de maximizar los beneficios derivados del sitio Web al tiempo que reduce los riesgos de conflicto. De hecho, la cámara seguramente no desea que un usuario de Internet adquiera toda la lista de miembros a los efectos de utilizarla para sus objetivos comerciales, como por ejemplo una campaña de comercialización. Por consiguiente, sería recomendable confeccionar un aviso que establezca las condiciones de uso permitidas del sitio Web, inclusive los límites sobre el uso de la información consultada o guardada del sitio Web.

Asimismo, no es necesario un aviso de derecho de autor a los efectos de obtener la protección de la Ley de Derechos de Autor. Sin embargo, al colocar ese aviso en su sitio Web, una empresa no dejará lugar a dudas respecto de que el sitio Web tiene la protección de derechos de autor. Ese aviso también prevalecerá sobre cualquier eventual excusa de un usuario infractor en el sentido de que desconocía que los contenidos del sitio Web tenían la protección de derechos de autor. En definitiva, es una precaución sencilla, de bajo costo, y que tiene un efecto disuasivo.

Por consiguiente, es recomendable que un sitio Web indique claramente sus Condiciones de Uso. Esta clase de documentos por lo general son subestimados y por consiguiente se confeccionan en forma apresurada, generalmente sencillamente volviendo a utilizar el primer texto sobre condiciones de uso que se encuentra en Internet. Sin embargo, los propietarios de sitios Web se beneficiarían con un texto cuidadosamente elaborado relativo a "condiciones de uso", tal vez inclusive confeccionado con asesoramiento profesional a los efectos de delinear claramente los límites y los términos de uso del sitio Web.

2.3 Actualizaciones al sitio Web

Los contenidos de algunos sitios Web pueden considerarse como un documento privado. Sin embargo, el sitio Web que promociona productos y servicios puede considerarse como equivalente a una publicidad continua. En consecuencia, tiene que actualizarse continuamente. Si con el paso del tiempo, el propietario del sitio Web modifica las características de los productos y servicios que ofrece, pero omite actualizar el sitio Web de acuerdo con aquellos cambios, puede ser objeto de acusación por publicidad fraudulenta, cuando un cliente pretende comprar un producto de acuerdo a su publicidad en el sitio Web. Por consiguiente, se debe prestar especial atención a los cambios de precios o a la naturaleza de los productos y servicios ofrecidos.

Asimismo, si el propietario de un sitio Web que pretende promover sus productos o servicios a través de Internet, debe tener cuidado con la cantidad de regulaciones relativas a publicidad; las leyes sobre publicidad se aplican a los sitios Web del mismo modo que lo hacen respecto de otros medios (televisión, radio, etc.). Considerando la naturaleza misma de Internet (que desconoce "fronteras por definición"), continua siendo difícil determinar las leyes de qué jurisdicción se aplicarán en un caso determinado. Cuando los productos o servicios se venden directamente a través del sitio Web, se debe cumplir como mínimo con las leyes del estado o país en el que se encuentran la mayoría de los clientes.

2.4 Contrato con usuarios de Internet

Cuando un usuario de Internet compra en línea a través de un sitio Web, se forma inmediatamente un contrato bajo el cual la empresa está obligada a entregar el producto. De hecho, se puede celebrar un contrato sencillamente por medio de comunicaciones a través de Internet. En consecuencia se debe prestar atención al contenido utilizado en torno o dentro de los formularios de pedido disponibles a través de un sitio Web, a los efectos de asegurarse que una empresa no venderá bienes y servicios que no puede entregar. Se pueden utilizar varias fórmulas y mecanismos a los efectos de evitar estas situaciones, como por ejemplo indicando en la orden de pedido que no se celebrará contrato alguno hasta que se envíe al cliente un correo electrónico que confirme el pedido.

3. Elección de un nombre de dominio

La elección de un nombre de dominio constituye un paso crucial en la creación de un sitio Web. El nombre que elija el propietario de un sitio Web se convertirá en la puerta de acceso a través de la cual los usuarios de Internet accederán a la empresa. En la actualidad, frecuentemente las empresas se hacen más conocidas bajo su nombre de dominio que bajo sus nombres comerciales o sus marcas comerciales.

En este contexto, una empresa debería seleccionar su nombre de dominio de manera coordinada con su nombre comercial o su marca comercial. De hecho, el simple uso de un nombre de dominio no otorga derechos exclusivos sobre

ese nombre de dominio al usuario, a diferencia de los nombres comerciales o las marcas comerciales. Estos dos últimos se benefician de una protección legal bien definida contra su uso no autorizado por terceras personas; los nombres de dominio están lejos de contar con esta protección.

En resumen, antes de invertir esfuerzos y recursos en la comercialización de su sitio Web bajo el nombre de dominio seleccionado, una empresa debería asegurarse de que sus esfuerzos no sean finalmente inútiles (por ejemplo, si otros de buena fe registran una marca comercial o utilizan un nombre comercial similar al nombre de dominio, lo que daría lugar a confusión).

Conclusión

La creación o el desarrollo de un sitio Web puede ser un proyecto interesante y estimulante para una empresa, que por lo general invierte una gran cantidad de tiempo y de recursos financieros en este proyecto. Sin embargo, el apuro hecha a perder todo: los diseñadores de sitios Web y los propietarios de sitios Web deben prestar especial atención a las consecuencias legales derivadas de la explotación de un sitio Web.

A pesar de que la adaptación de elementos textuales, visuales o de sonido de otros sitios Web puede resultar menos oneroso (en términos de tiempo y dinero), uno debe ser cuidadoso antes de agregar esos elementos en el propio sitio Web. Efectivamente, toda creación (sea ésta bajo la forma escrita, visual, o gráfica) está potencialmente protegida por la *Ley de Derechos de Autor*. El uso de trabajos con protección real, inclusive en el caso de que sean ampliamente modificados, pueden hacer responsable al usuario frente al autor del trabajo original. Antes de agregar un elemento dentro de un sitio Web, se debe determinar su origen.

Asimismo, existen varias leyes tales como la *Carta de idioma francés* y leyes relativas a la protección de información personal que regulan el modo en que se puede transmitir la información a través de Internet. Las infracciones a estas leyes pueden derivar en serias consecuencias.

Existen varias maneras de evitar potenciales conflictos legales relacionados con la creación de un sitio Web. En todos los casos, es preferible formalizar un contrato escrito con el diseñador del sitio Web, que regule aspectos tales como la propiedad del derecho de autor y la transferencia, así como la responsabilidad en la obtención de las licencias correspondientes para la utilización de gráficos y otros elementos creados por terceras personas.

Cualquier sitio Web posee contenido que puede ser descargado y copiado por otras personas. Debe asegurarse que este contenido no pueda ser utilizado por los usuarios de sitios Web de un modo tal que infrinja las leyes que regulan la información personal y los derechos de autor, o de lo contrario sean utilizados de un modo no deseado por el propietario del sitio Web. Adoptar una política clara, por lo general bajo la forma de un documento relativo a “**términos de uso**” en el sitio Web, constituye el mejor modo de alcanzar ese objetivo.

Con relación a las empresas que promocionan sus productos y servicios en su sitio Web, es importante efectuar actualizaciones periódicas a los efectos de proporcionar a potenciales clientes información precisa sobre esos productos y servicios. Los que evita situaciones tales como verse obligado a entregar un producto que ya no está disponible. Por consiguiente, a los fines del comercio electrónico, es altamente recomendable incluir dentro de los formularios de órdenes de pedido un aviso en el sentido de que no habrá contrato alguno entre el propietario del sitio Web y el cliente hasta que el vendedor confirme al cliente una orden de pedido, a través de correo electrónico o de otro modo.

Para finalizar, al seleccionar un nombre de dominio, uno debe tener en cuenta que hasta el presente no existe protección en cuanto al uso de un nombre de dominio. Por consiguiente, la mejor opción resulta ser un nombre idéntico o casi idéntico al actual nombre o marca comercial.

La World Wide Web constituyó por varios años un espacio comercial; sin embargo continúa siendo un campo en constante evolución, en el que las fronteras son casi inexistentes. La cuestión principal que deriva de Internet tiene que ver con el hecho de que crea relaciones intangibles en un mundo en el que las normas emergentes en el mejor de los casos no están bien definidas. También resulta difícil determinar la ley aplicable en un caso determinado, debido a que las leyes de una nación por lo general se aplican exclusivamente dentro de un territorio determinado y sobre una población bien definida. Por el contrario, Internet es un medio de comunicación accesible a todos sin importar las fronteras físicas, sin importar en qué lugar del mundo se encuentre el usuario: bienvenido al ciberespacio!

Última actualización: Abril de 2011

La **Crónica Jurídica** es una atención del **Dr. Alain P. Lecours**. La traducción al español la realizó **Alejandra Hozikian** abogada y traductora pública de inglés miembro del Colegio de Abogados de la Ciudad de Buenos Aires; y del Colegio de Traductores Públicos de la Ciudad de Buenos Aires, Argentina. La Crónica Jurídica es distribuida gratuitamente, vía correo electrónico, a los clientes y socios de negocio del estudio Lecours, Hébert Abogados inc. El presente documento tiene por finalidad informar y puede no reflejar las más recientes modificaciones jurídicas. Los clientes y lectores no deben actuar o abstenerse de hacerlo sobre la base de las informaciones contenidas en la presente crónica sin haber solicitado previamente el consejo jurídico de un profesional.

Dr. Alain P. Lecours

LECOURS, HÉBERT ABOGADOS INC.

354, rue Notre-Dame Ouest

Bureau 100

Montréal, QC, Canada H2Y 1T9

Téléphone : (514) 344-8784

Télécopieur: (514) 344-9790

Lecours@LecoursHebert.com

En nuestro [sitio Web](#), Ud. Encontrará una conexión a nuestra Crónica Jurídica mensual. Si Ud. tiene algún comentario con relación a los temas tratados, no dude en comunicarse con nosotros:

lecours@LecoursHebert.com
