

Las Redes Sociales en el marco del ciberespacio. Consumidores, comercio electrónico y propiedad intelectual a la luz del caso cubano.

***Social Networks in context of cyberspace. Consumers,
electronic commerce and intellectual property in the light
of the Cuban case.***

Nelvys Mendoza Gurdíán

Universidad de La Habana

nelvysmg@gmail.com

Resumen

Frente al estado de vulnerabilidad en el marco del ciberespacio, es necesario reflexionar en torno a las redes sociales y el Derecho, desde un enfoque holístico orientado a las vulnerabilidades de los derechos asociados a la información en este entorno. Este trabajo tiene como objetivo general analizar el fenómeno de las redes sociales en el ciberespacio y la sociedad de la información, enfatizando en el estudio de los aspectos jurídico-legales relacionados con los consumidores, el comercio electrónico y la propiedad intelectual. Para ello, la metodología utilizada se propone conceptualizar la categoría de redes sociales, examinar los aspectos asociados al Derecho en la utilización de las redes sociales y establecer los puntos conceptuales, jurídicos y conflictuales de relevancia. Ello permitirá describir la problemática en estudio y proponer alternativas para una esfera de protección integradora, que armonice las aristas de lo preventivo, lo correctivo y lo profiláctico.

Palabras clave: Derecho; Redes Sociales; Ciberespacio; Información; Consumidores; Comercio Electrónico; Propiedad Intelectual.

Abstract

Face the state of vulnerability in the context of cyberspace, it is necessary to reflect on the social networks and law, from a holistic approach aimed at the vulnerability of rights associated with the information in this environment. This work general objective is to analyse the phenomenon of online social networks and the information society, emphasizing on the study of the legal aspects related to consumers, electronic commerce



**Culturas. Revista de
Gestión Cultural**

Vol. 5, Nº 1, 2018

pp. 53-71

EISSN: 2386-7515

Recibido:12/03/2018

Aceptado:29/04/2018



and intellectual property. The methodology used aims to conceptualize the category of social networks, examine the aspects associated with law in the use of social networks and establish the conceptual, legal and conflicting points of relevance. This will allow describing the problems under study and propose alternatives for a sphere of integrative protection that harmonizes the edges of the preventive, the corrective and the prophylactic.

Keywords: Law; Social Networks; Cyberspace; Information; Consumers; Electronic Commerce; Intellectual Property.

1. Nociones introductorias: hacia una delimitación de las redes sociales en el marco del ciberespacio y la sociedad de la información.

El *Ciberespacio* constituye un escenario complejo en el que convergen sujetos capaces de entablar y desarrollar "plenamente" las relaciones humanas y sociales en todos los planos de la realidad regida por el paradigma tecnológico emergente. Se hace referencia, según Hakim Bey, a un "sitio inmaterial y real a un tiempo que, a través de la interconexión de máquinas, es un espacio de comunicación entre dispositivos automatizados administrados por personas. Un territorio de acción en el que se compra, se vende, se vota, se opina, se conspira, se pierde y se gana dinero...Se generan códigos e identidades, se estructuran movimientos sociales y se traslada el conjunto de la actividad social" (Bey 1997). Este término alude a la construcción de un modelo de ficción fundamentado en operaciones intelectuales y algoritmos matemáticos bajo el dominio de la lógica binaria y la representación digital, que proyecta una recreación de los rasgos fundamentales de la realidad objetiva: las relaciones humanas, el poder hegemónico, la política, la economía, la cultura y la progresiva supremacía de la tecnología en la vida (Bey 1997).

La consecuencia cardinal que ha tenido el afianzamiento del ciberespacio así concebido, ha sido la apertura hacia la *Sociedad de la Información*, concepto hegemónico que designa a la sociedad postindustrial contemporánea y al modelo social integrador centrado en el individuo y orientado al desarrollo de mecanismos para crear, consultar, utilizar y compartir la información. Los teóricos de esta doctrina señalan que el incremento de la producción de información organizada, soportada y procesada digitalmente; la acentuación de la necesidad y capacidad de acceso, interacción, retroalimentación y gestión de la información en la dinámica social y el soporte de la infraestructura y la superestructura sociales en la información y las tecnologías, son algunas de sus características rectoras (Genta 2008).

Ese trinomio contemporáneo de ciberespacio, sociedad de la información y evolución tecnológica tiene su referente en el establecimiento y desarrollo de la *Web 2.0* o web social por su enfoque colaborativo y de construcción social, punto de partida para la adherencia de las redes sociales en *internet* y la mayor integración de estos medios a las actividades humanas.

Las *Redes Sociales*, en principio y desde un sentido muy amplio, fueron entendidas como plataformas para establecer vías de contacto, comunicación e intercambio entre personas de distintos puntos geográficos. Estas plataformas, llegaron de la mano de Ward Christensen y Randy Suess en 1978, cuando crearon un sistema de comunicación para compartir información, invitaciones a eventos y anuncios entre amigos denominado *Computerized Bulletin Board System* (BBS). Desde entonces, se dio inicio a un constante desfile de redes sociales, cada vez más interactivas, dinámicas y atractivas para los usuarios.

Las redes sociales *online* son servicios prestados a través de *internet* que permiten a los usuarios generar un perfil, publicar datos e información personal y gestionar herramientas para interactuar con otros usuarios, así como localizarlos en función de las características publicadas en sus perfiles (INTECO, 2009). Igualmente, se definen las redes sociales como una aplicación *online* que permite a los usuarios generar un perfil con sus datos en páginas personales y compartirlos con otras personas, haciendo pública esta información, lo que potencia la interrelación a partir de los perfiles y facilita las relaciones sociales, razones que han logrado posicionarlas como el canal de comunicación por antonomasia de los usuarios a nivel mundial (Herce Ruiz 2012).

En definitiva, puede extractarse que una red social es una infraestructura tecnológica que soporta un *software* integrador de funciones individuales (blogs, wikis, foros, chat, mensajería, publicaciones de videos, imágenes o artículos y otros) en una misma interfaz, para proporcionar la conectividad entre los usuarios de la red y servir de plataforma de desarrollo de una estructura social compuesta por personas, organizaciones o entidades conectadas por uno o varios tipos de relaciones (amistad, parentesco, creencias, pasatiempos, intereses comunes, conocimientos, estatus, asuntos económicos y otros); de manera que su funcionamiento consiste en la publicación de perfiles con datos generales y particulares sobre sus usuarios, la detección de afinidades entre sus contenidos y la interrelación, comunicación e intercambio entre los usuarios y sus contenidos; a fin de entablar interacción, colaboración y comunidades afines entre las personas.

De esta definición, se desprenden elementos característicos de la red social. En primer lugar, estas plataformas constituyen una evolución de

la *world wide web* (www) cuyo modelo de crecimiento se basa en la técnica denominada proceso viral, que consiste en que un número inicial de participantes invita a sus conocidos a unirse al sitio web, de forma que los nuevos participantes repiten el proceso y se incrementa rápidamente el número total de miembros. Estas redes, permiten a sus usuarios crear contenidos, consumir información e intercambiarla en la red. Asimismo, aportan y gestionan aplicaciones, funcionalidades y herramientas de *software* social que facilitan la comunicación, publicación e intercambio; por lo que se valen de comunidades de usuarios enfocados en la participación, interacción y contribución voluntarias (INTECO 2009).

En este plano, el dinamismo de las redes sociales es una de sus notas más destacadas, ya que emplean tecnología para facilitar el uso de los servicios por los usuarios, el despliegue y la creación de nuevos servicios, así como la publicación de contenidos propios y el intercambio con contenidos ajenos. Este último elemento, deja entrever otra característica de la red social que consiste en hacer de los usuarios productores de contenidos que pueden compartir con el resto de los miembros de la red. Se sostiene que otro elemento distintivo de las redes sociales consiste en que operan desde tres ámbitos: la comunicación, la comunidad y la cooperación. Esto refiere a que estas plataformas, permiten la interacción entre personas y la puesta en común de conocimientos, crean y unen comunidades de sujetos y facilitan su colaboración o actividad conjunta en distintas áreas. Lo anterior se traduce en que las redes sociales tienen el poder de que sus miembros utilicen el medio *online* para convocar actos y acciones con efectos en el mundo *offline* (INTECO 2009).

En otro orden de cosas, en atención a la diversidad de redes sociales que confluyen en la actualidad y sus disímiles características, propósitos y usuarios, se debe determinar una clasificación genérica sobre la base de cuatro criterios primarios propuestos por Herce Ruiz (Herce Ruiz 2012), a saber, el Criterio del Grado de Especialización, el Criterio del Contenido, Criterio de Localización Geográfica y el Criterio de Base Técnica, los que serán explicados a continuación.

- a) Según el Criterio del Grado de Especialización: este criterio se basa en las características del usuario a quien está destinada la red social, por lo que pueden dividirse en aquellas que carecen de una finalidad concreta y conglomeran una masa significativa de usuarios sin características o niveles de identificación común y aquellas que poseen una finalidad concreta y conglomeran usuarios con aficiones o intereses comunes, como la música o las relaciones profesionales. Según este criterio, las redes sociales pueden ser Horizontales y Verticales, con sus subclasificaciones.

Las *Redes Sociales Horizontales*, son aquellas que no tienen una temática definida y están dirigidas a todos los usuarios. Se caracterizan por brindar a los usuarios la posibilidad de registrarse y participar libremente sin un fin definido ya que cada usuario elige el objetivo de su participación, que puede abarcar el intercambio de mensajes, comentarios públicos y privados, invitaciones a eventos y contacto con personas (e.g., *Facebook* o *Twitter*). En tanto, las *Redes Sociales Verticales* tienen una temática y un objetivo definidos que generalmente es unir masas de personas con intereses comunes y compartidos sobre un tema específico. Las *Redes Sociales Verticales*, pueden ser *Profesionales*, de *Ocio* y *Mixtas*. Las *Redes Sociales Verticales Profesionales*, tienen como temática definida la gestión de relaciones profesionales, el intercambio de información y la promoción conjunta de usuarios y empresas (e.g., *Xing* y *LinkedIn*). Las *Redes Sociales Verticales de Ocio* conglomeran a personas con características, intereses y aficiones comunes que pueden variar desde el deporte y la fotografía hasta la música (e.g., *Dogster*, *Last.FM* y *Moterus*). En un último lugar, las *Redes Sociales Verticales Mixtas* son aquellas que proporcionan un entorno concreto a usuarios y empresas para desarrollar actividades profesionales y personales. Suelen incluir una agenda *online* o un buscador de servicios cercanos (e.g., *PideCita* y *11870*).

- b) Según el Criterio del Contenido: este criterio se fundamenta en las características y especificidades del tópico que desarrolla la red social, por lo que pueden dividirse en redes sociales que se centran en las relaciones personales o sociales, las redes sociales que se enfocan en los contenidos y las que relacionan entidades inanimadas. Según este criterio, las redes sociales pueden ser *Humanas*, de *Contenidos* y de *Inertes*.

Las *Redes Sociales Humanas* son aquellas cuyo tópico central se conforma por las relaciones entre personas, por lo que su actividad fundamental consiste en relacionar perfiles de sujetos sobre la base del nivel de afinidad en el perfil social y las características personales (gustos, aficiones, trabajo, vocación, viajes y otros intereses, e.g., *Youare* y *Tuenti*). Por su parte, las *Redes Sociales de Contenidos* tienen como eje central un contenido específico y su actividad se orienta a relacionar perfiles sobre la base de contenidos publicados por los usuarios y las similitudes que se establecen en este proceso (fotos, música, videos y otros, e.g., *Flickr*, *Bebo*, *Friendster* y *FileRide*). Finalmente, las *Redes Sociales de Inertes* tienen como línea central la relación de perfiles inanimados, es decir, relacionan marcas comerciales, lugares u objetos.

- c) Según el Criterio de Localización Geográfica: este criterio se enfoca en la ubicación y alcance geográfico de la red social, por lo que estas redes sociales se desarrollan atendiendo a la cercanía geográfica

entre los usuarios o entre los usuarios y otros elementos. Según este criterio, las redes sociales pueden ser Sedentarias y Nómadas.

Las *Redes Sociales Sedentarias* son redes que mutan en función de las relaciones entre personas, los contenidos compartidos o los eventos creados (e.g., *Blogger*, *Bitacoras.com*). Mientras, las *Redes Sociales Nómadas* son redes que mutan en función de la localización geográfica del sujeto. Este tipo de redes se componen y recomponen según los sujetos que se hallen geográficamente cerca del lugar en el que se encuentra el usuario, los lugares que haya visitado o aquellos que pretenda visitar (e.g., *Latitud* y *Skout*).

- d) Según el Criterio de Base Técnica: este criterio se centra en la determinación de la base técnica sobre la cual se desarrolla la red social; es el caso de los *metaversos*, en los que los usuarios se relacionan del mismo modo que en las redes sociales del web, pero utilizando una base técnica diferente.

Como una consideración ulterior sobre el tema de la tipología de las redes sociales, se hace énfasis en que independientemente de la clasificación de que se trate, todas las redes sociales pueden representar riesgos significativos para la sociedad. Esto es decir, que en toda red social cabe espacio para la posibilidad de acceso por parte de terceros a los datos personales de un usuario, la comercialización de datos en el mercado, las utilidades ilícitas de los datos por terceros no autorizados y malintencionados, las posibilidades de publicación de información falsa o sin autorización del usuario en la red, la posibilidad de cesión involuntaria de derechos plenos e ilimitados sobre aquellos contenidos propios que los usuarios alojan en sus perfiles, la errónea interpretación de las políticas de uso y condiciones de registro y su consecuente aceptación por los usuarios, la explotación económica de contenidos en la red social y la vulnerabilidad de los datos de carácter personal con la posibilidad de utilización por los denominados "coleccionistas de contactos" o "*social spammers*", entre otros que serán abordados posteriormente.

2. Análisis de los aspectos jurídicos asociados a la utilización de las redes sociales.

2.1 Con respecto a los derechos de los consumidores y el comercio electrónico.

Otro fenómeno creciente en las redes sociales es la gestión de productos y servicios, marcas, empresas y otros negocios similares que utilizan estas plataformas para emprender campañas de publicidad, comercializar sus propuestas y realizar todo tipo de negocios en este marco. Se trata

del comercio electrónico, definido como la producción, promoción, venta y distribución de productos a través de redes de telecomunicación. El comercio electrónico despliega un sinnúmero de oportunidades para los consumidores debido a que permite el acceso a un mercado global y competitivo, lo que genera numerosas ventajas como el horario abierto del mercado, la herramienta del *feedback* entre usuarios para tributar a elegir los mejores productos y compartir experiencias sobre compras, la oferta personalizada de servicios, la comodidad y agilidad en las compras, la reducción de precios y el acceso a nuevos productos.

Sin embargo, el modelo de negocio basado en el comercio electrónico presenta insuficiencias de cara a los intereses de los denominados consumidores, es decir, aquellas personas físicas o jurídicas que intervienen dentro de una actividad comercial, con el objeto de adquirir un producto o servicio a un precio determinado, bien sea a través de comercio habitual o mediante transacciones de comercio electrónico. Los desajustes cardinales que pueden afectar los intereses de los consumidores radican en las limitaciones de la seguridad de las transacciones electrónicas, el perfeccionamiento y validez de los contratos, la normativa aplicable y la jurisdicción competente en caso de litigio. En este punto, juegan un papel significativo los denominados derechos de los consumidores, sector que conforma un catálogo de derechos orientados a salvaguardar los intereses de los consumidores y velar por el cumplimiento de las obligaciones impuestas entre las partes intervinientes en las relaciones comerciales (López 2003).

2.1.1 Marco jurídico de protección de derechos de los consumidores y el comercio electrónico.

Desde la perspectiva de la legislación internacional, cabe acotar que no existe un convenio expreso sobre esta materia. Sin embargo, existen recomendaciones y guías de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), entre las que destaca la OCDE Guía de Protección de Consumidores aprobada en septiembre de 1998, con una finalidad programática en la que se establecen los principios básicos para controlar las conductas comerciales fraudulentas, solventar controversias y devolver objetos, así como asegurar la privacidad de los datos del consumidor en las transacciones electrónicas. En tanto, en el caso estadounidense, no se dispone de normativa específica para el caso de los consumidores en el entorno de las redes sociales, aunque existe la *Federal Communication Commission* (FCC) como órgano competente para los casos asociados a este entorno.

Por su parte, en el caso europeo la legislación vigente en materia de protección de consumidores y usuarios se encuentra dispuesta en cuatro normativas que contemplan la Directiva 93/13/CEE del Consejo, de 5 de

abril, sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores, la Directiva 99/44/CE, de 25 de mayo, del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre determinados aspectos de la venta y las garantías de los bienes de consumo, la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de mayo, relativa a la protección de los consumidores en materia de contratos a distancia y la Directiva 85/577/CEE del Consejo, de 20 de diciembre, referente a la protección de los consumidores en el caso de contratos negociados fuera de los establecimientos comerciales (INTECO, 2011b).

En el marco jurídico sobre protección de los derechos de los consumidores y comercio electrónico, se puede citar como ejemplo la ley española Ley 34/2002, de 11 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico, que regula el comercio electrónico en el mercado interior español. Esta normativa, impone como obligaciones a los prestadores de servicios aportar su información general (nombre o denominación social, datos de inscripción en el registro, etc.), cumplir con el deber de colaboración de los prestadores de servicios de intermediación y otras obligaciones de información sobre seguridad. Asimismo, el ordenamiento jurídico español refuerza la preceptiva citada con la Ley de Ordenación del Comercio Minorista para las ventas a distancia y la Directiva sobre ventas a distancia, las cuales establecen que la oferta de venta a distancia debe contemplar la identidad del proveedor, las características especiales del producto, el precio y los gastos del transporte, la forma de pago y modalidades de entrega o de ejecución y el plazo de validez de la oferta. Otras regulaciones españolas asociadas a este tema son el Real Decreto Legislativo 1/2007 de 16 de Noviembre que aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (INTECO, 2011b).

Finalmente, en Cuba la norma constitucional cubana consagra la protección a los derechos de los consumidores en su artículo 9, al refrendar que el Estado garantiza la libertad y la dignidad plena del hombre, el disfrute de sus derechos, el ejercicio y cumplimiento de sus deberes y el desarrollo integral de su personalidad. Por su parte, la preceptiva civil cubana roza ligeramente los derechos de los consumidores en el Código Civil, aunque solamente alcanza a regular figuras asociadas con estos como los contratos de prestación de servicios, hospedaje, transporte de pasajeros y de carga, servicios bancarios, de seguro y de compraventa. No obstante, subsiste la ausencia de mecanismos y procedimientos especiales para defender los derechos de los consumidores. En otro tanto, el Código Penal cubano se pronuncia a este respecto a través de la regulación de la figura del engaño o perjuicio a los consumidores, sin embargo, quedan aún amplios vacíos legislativos en esta materia.

En el Derecho cubano, la normativa primigenia en materia de derechos de los consumidores data del 22 de enero de 1960, cuando se promulgó la Ley 697 de Protección al Consumidor, enfocada en evitar el encarecimiento injustificado de la vida. Toda vez que la Ley 697 cayó en obsolescencia, surgieron otras regulaciones para el amparo de los consumidores, como el Código Civil de 1987 y el Código Penal de 1988. Posteriormente, en el año 2001 se implementó el Sistema de Protección al Consumidor en las entidades del comercio minorista cubano, para velar por la protección de los derechos e intereses de los consumidores; seguido por el Sistema de Control de la Protección al Consumidor implementado por la Resolución No. 1 del 2002, que aúna los esfuerzos de los ministerios de Economía y Planificación, de Finanzas y Precios, de Salud Pública, del Trabajo y Seguridad Social, del Comercio Exterior, de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente, Aduana General de la República y Oficina Nacional de Normalización en este sentido. Baste acotar que el Sistema de Protección al Consumidor en Cuba reconoce, en cabeza del consumidor, los derechos de satisfacción de sus necesidades básicas, de protección de la vida, la salud y la seguridad del consumidor, de protección de sus intereses económicos, de información, de educación y divulgación sobre el consumo adecuado de bienes o servicios y la facultad de escoger. En contrapartida, impone a los proveedores los deberes de respetar los derechos de los consumidores, informar al consumidor clara y verazmente sobre las características del producto o servicio e instruir al personal que atiende directamente al consumidor en aspectos referidos a su atención y protección.

A ellos se suma el Acuerdo de 26 de diciembre de 2005 Consejo de Ministros de la República de Cuba, que sienta las bases generales para los lineamientos del desarrollo en Cuba del comercio electrónico. Adjuntamente, cabe mencionar la Resolución Conjunta 1, de 28 de enero de 1999, elaborada por el Ministerio de Comercio Exterior y el Ministerio de la Industria Sidero Mecánica y la Electrónica, que establece la creación de la Comisión Nacional para el Comercio Electrónico y regula los objetivos fundamentales que tiene esta comisión, además de establecer su carácter consultivo. Posteriormente, el Ministerio de Comercio Exterior y el Ministerio de las Comunicaciones promulgaron la Resolución Conjunta 1 de 2001, Sobre la aplicación del proyecto piloto para la implementación del comercio electrónico, con la que se autoriza la realización de un proyecto piloto de comercio electrónico del tipo empresa-empresa.

2.1.2 Riesgos para la protección de derechos de los consumidores y el comercio electrónico.

Los factores fundamentales de riesgo que se perciben en el sector de los derechos de los consumidores y el comercio electrónico, pueden sintetizarse en problemas de seguridad que generan desconfianza en las

compras electrónicas. Entre las situaciones que ilustran de manera evidente el presupuesto anterior, cabe mencionar la falta de contacto físico con el producto (las transacciones comerciales realizadas en las redes sociales no son presenciales, lo que obstaculiza la atención personal y el contacto físico con el artículo), la falta de seguridad y fiabilidad (existen empresas comercializadores que no proporcionan información clara, completa y precisa de identificación, contacto o contractual sobre el producto o servicio, sus particularidades y características, precios y gastos de envío o transacción, lo que facilita el engaño o fraude en el comercio electrónico), las problemáticas de la distribución (en el comercio electrónico se vislumbran incidencias logísticas como retrasos en la recepción, recepción del pedido con desperfectos o no recibir el producto), las dificultades en reclamaciones y devoluciones (en el comercio electrónico se presenta la problemática de la indeterminación o inseguridad sobre la autoridad ante la cual debe realizarse la gestión de reclamaciones) y la dificultad e inseguridad en el pago (este es un punto que genera gran inseguridad, ya que el pago en el comercio electrónico generalmente se realiza con el número de la tarjeta de crédito del comprador, lo que no es totalmente seguro al ingresarse en la red).

No obstante, se presentan otros factores de riesgo más lesivos como el *phishing* o estafa cometida a través de medios telemáticos mediante la cual el estafador intenta conseguir, de usuarios legítimos, información confidencial (contraseñas, claves de acceso, no. de tarjetas bancarias, datos bancarios, etc.) de forma fraudulenta. Asimismo, figuran los códigos maliciosos o *malware* que consisten en la inyección de códigos para robar los datos bancarios de los usuarios, utilizando sistemas que interceptan clave de usuario y contraseña o programas que corrompen las infraestructuras de navegación y redirigen a los usuarios a webs falsas. Cabe mencionar, adicionalmente, el *carding* y *skimming*, que funciona con el uso fraudulento de tarjetas (*carding*) y la copia de las bandas magnéticas (*skimming*), lo que permite el acceso a cuentas bancarias, números de tarjeta robados, vuelcos de bandas magnéticas y perfiles personales para comercializarlos o explotarlos posteriormente; el *pharming* que funciona mediante un troyano que facilita que un atacante se infiltre entre la dirección IP y el nombre del servidor al que responde, de forma que la víctima cree estar visitando un sitio web legítimo; el *crimeware*, que funciona incluyendo ladrones de contraseñas, capturadores de pulsaciones que registran los datos del teclado, realizan capturas de video o toman imágenes de la pantalla y envían los datos a los sitios de recogida; y finalmente, el *clickjacking* que consiste en forzar al equipo del usuario a hacer *click* en cualquier vínculo o *link* de una web, pudiendo dirigir la navegación hacia webs con virus, troyanos o anuncios no deseados, sin que el usuario lo perciba (INTECO 2011a).

Otra situación recurrente para los consumidores en las plataformas colaborativas es la publicidad engañosa, que consiste en aquella manifestación de publicidad ilícita, llevada a cabo en cualquier forma de publicidad que induce o puede inducir a error a sus destinatarios, pudiendo afectar su comportamiento económico o perjudicar a los competidores del anunciante. Asimismo, figura la aceptación de las condiciones generales de contratación en lo atinente a la existencia de cláusulas abusivas (INTECO 2011a).

2.2 Con respecto a la propiedad intelectual.

En este acápite, es dable examinar el estado de la Propiedad Intelectual en las redes sociales y el ciberespacio. En este sentido, la facilidad de reproducción y distribución de contenidos hacen de *internet* uno de los principales medios de gestión para los contenidos de propiedad intelectual, a la vez que genera descontrol, transgresión e indefensión de los derechos de propiedad intelectual debido a las facilidades tecnológicas. A este respecto, es dable aclarar que la propiedad intelectual constituye un conjunto de principios, instituciones y normas reguladoras de las relaciones sociales que tienen lugar en sede de la actividad intelectual y creativa del hombre; y proporciona un ámbito de protección para estimular y salvaguardar la creación en todas sus manifestaciones.

Cabe distinguir entre Propiedad Industrial y Derechos de Autor y Conexos. La Propiedad Industrial, cuyo objetivo es propiciar un mercado de libre competencia impulsor del perfeccionamiento científico-técnico, se encarga de proteger a empresarios, competidores y consumidores conjuntamente. Este sector aporta un catálogo de facultades, instituciones y mecanismos protectivos que ostenta la persona natural o jurídica en calidad de productora, inventora o titular de bienes inmateriales con suficiente novedad y aplicabilidad tecnológica e industrial. De esta forma, la Propiedad Industrial sistematiza las materias de invenciones, marcas y otros signos distintivos, patentes, dibujos y modelos industriales, denominaciones de origen, indicaciones geográficas, obtenciones vegetales, esquemas de trazado y la protección contra la competencia desleal.

En otro tanto, el Derecho de Autor es un medio de salvaguardia para los creadores y sus obras, a través de la regulación de los derechos subjetivos del autor sobre los resultados de su actividad creativa. Esta área comprende un catálogo de facultades morales y patrimoniales, exclusivas y oponibles erga omnes, que ostenta el autor sobre la obra que tiene suficiente originalidad e individualidad y que se encuentra dentro del ámbito de protección dispensada.

Finalmente, los Derechos Conexos se ubican de forma paralela al Derecho de Autor para proteger los intereses de los artistas intérpretes o ejecutantes, productores de fonogramas y organismos de radiodifusión sobre sus actividades de intervención creativa, contribución a la puesta a disposición del público y control de uso y transmisión de las obras. Este catálogo de facultades que ostenta la persona natural o jurídica, recae sobre prestaciones personales y actividades técnico-organizativas.

2.2.1 Marco jurídico de protección de la propiedad intelectual.

A nivel internacional, la legislación de propiedad intelectual tiene como referentes al Tratado de la OMPI sobre derecho de autor de 2002 y el Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas de 2002; ambos destinados a proteger los derechos de los autores y los derechos de los productores de fonogramas y artistas, intérpretes o ejecutantes respectivamente. Un punto nuclear en esta normativa es que se establece un equilibrio de intereses entre los titulares y los consumidores, aportando flexibilidad para fijar excepciones o limitaciones a los derechos en el entorno digital, respecto de los usos considerados de interés público, para fines educativos y de investigación, aunque no regula de forma expresa los servicios de la Sociedad de la Información. Otras normas de propiedad intelectual son la *Digital Millenium Copyright Act* de 28 de octubre de 1998 de EUA y la Directiva 2001/29/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de mayo de 2001, relativa a la armonización de los aspectos de derechos de autor y derechos afines en la sociedad de la información. Estos cuerpos normativos, coinciden en otorgar a los autores de las obras derechos en exclusiva sobre estas, lo que supone que cualquier tratamiento, reproducción, puesta a disposición o transmisión de la obra deberá ser realizada con la autorización de los titulares de derechos. A este tenor, existe un grado elevado de restricción de los derechos de explotación, lo que se ha modificado con el desarrollo de las tecnologías.

En el caso cubano la legislación es amplia al regular la propiedad intelectual, aunque ciertamente dispersa. En sentido genérico, la Constitución cubana consagra la protección a los derechos de propiedad intelectual en su artículo 9, al expresar que el Estado garantiza la libertad y la dignidad plena del hombre, así como el desarrollo integral de su personalidad, a la vez que protege el trabajo creador del pueblo y asegura el avance educacional, científico, técnico y cultural del país, así como el acceso a la cultura. En sentido estricto, la legislación sobre propiedad intelectual en Cuba se bifurca en Propiedad Industrial y Derecho de Autor. La Propiedad Industrial es regulada por la Oficina Cubana de Propiedad Industrial (OCPI) del Ministerio de Ciencia Tecnología y Medio Ambiente (CITMA), teniendo como normas fundamentales el Decreto-Ley No. 68 de 1983 sobre invenciones, descubrimientos científicos, modelos

industriales, marcas y denominaciones de origen, el Decreto-Ley No. 203 de 1999 sobre Marcas y otros Signos Distintivos, el Decreto-Ley No. 290 de 2011 sobre las Invenciones y Dibujos y Modelos Industriales, el Decreto-Ley No. 292 de 2011 sobre los Esquemas de Trazado de Circuitos Integrados, el Decreto-Ley No. 228 de 2002 sobre las Indicaciones Geográficas y el Decreto-Ley N° 291 de 2011 sobre la Protección de las Variedades Vegetales, entre otras normas.

En tanto, el Derecho de Autor, es regulado por el Centro Nacional de Derecho de Autor (CENDA) del Ministerio de Cultura. En esta materia, la norma rectora es la Ley No. 14 de 1977 de Derecho de Autor, reforzada por el Decreto N° 20 de 1978 sobre la Creación del Centro Nacional de Derecho de Autor, la Resolución No. 156 de 2002 que faculta al Director General del Centro Nacional de Derecho de Autor para que, en nombre y representación del Ministro de Cultura, resuelva los litigios que se presenten en los procesos por violaciones o incumplimientos de la Ley No. 14 de Derecho de Autor, la Resolución N° 61 de 1993 que dispone las bases sobre las cuales se aplicarán las medidas aprobadas para llevar a cabo los cambios en las relaciones económicas entre las instituciones y los artistas y creadores, la Resolución No. 13 de 2002 sobre el Reglamento para el Registro Facultativo de Obras Protegidas y de Actos y Contratos referidos al Derecho de Autor y la Resolución N° 162 de 2002 que establece el procedimiento para la presentación, análisis y solución de reclamaciones por incumplimiento o violación de la legislación vigente sobre Derecho de Autor, entre otras. Baste decir, a este respecto, que ambos cuerpos normativos protegen la propiedad intelectual desde las particularidades del entorno analógico, de igual forma que los mecanismos institucionales mencionados protegen estas materias sobre la base de los cánones jurídicos tradicionales, lo que tiende a generar un estado de indefensión en el entorno digital, especialmente en las redes sociales y el ciberespacio.

2.2.2 Riesgos para la protección de la propiedad intelectual.

Las principales situaciones de vulnerabilidad de los derechos de propiedad intelectual en el marco de las redes sociales, se presentan matizados por la configuración de privacidad utilizada por el usuario y la tendencia a la publicación excesiva de contenidos de propiedad intelectual (contenidos sobre todo tipo de obras, información marcaria y de otros signos distintivos, dibujos y modelos industriales, información de patentes, información relacionada con secretos comerciales, referencias a indicaciones geográficas o denominaciones de origen, información sobre obtenciones vegetales, etc.) sin delimitar su grado de acceso y publicidad en la red. En este particular, como se ha enfatizado, la problemática radica en la incorrecta configuración de las condiciones de uso, especialmente en lo relativo a la protección de la propiedad

intelectual, ya que las condiciones de uso predeterminadas generalmente ceden los derechos de explotación a las plataformas para su utilización libre durante el plazo máximo legal de 5 años.

Ahora bien, se distinguen dos variantes de este supuesto. En primer lugar, la posibilidad de publicación de contenido original creado por el propio usuario que lo publica, lo cual implica que el usuario cede, en la mayor parte de los casos, sus derechos de explotación sobre la obra, sin apenas límite territorial, durante un plazo de 5 años -plazo legal máximo- y sin derecho a recibir ningún tipo de compensación por ello. Y en segundo lugar, la posibilidad de publicación de contenido ajeno propiedad de terceros, lo cual implica que ante la posible responsabilidad por infracción de derechos de propiedad intelectual, el responsable resulta el propio usuario ya que la plataforma actúa en principio como mero intermediario.

En estas situaciones se presentan riesgos como la copia, reproducción, distribución o comunicación pública no autorizadas de contenidos protegibles o protegidos, ya sea mediante la distribución de copias físicas o su puesta a disposición en *internet* sin la autorización del titular de los derechos; la apropiación, falsa atribución de autoría y violaciones al derecho de paternidad sobre los contenidos de propiedad intelectual pertenecientes a terceros; la modificación no autorizada y las violaciones al derecho de integridad de los contenidos de propiedad intelectual; y, la comercialización no autorizada de contenidos de propiedad intelectual a través de las redes sociales y la falta de mecanismos efectivos para la obtención de compensación directa por estas violaciones. En igual sentido, se menciona la posibilidad de vulneración de las medidas de protección técnica incluidas en las obras a través de la utilización de *software* que eluden los sistemas antipiratería o anticopia de un determinado soporte o página web; la indexación de contenidos en los motores de búsqueda de *internet*, lo que conllevaría al aumento de su difusión y reproducción; la capacidad de publicitar y ser receptor de anuncios de forma masiva e inmediata lo que facilita el desarrollo de campañas de competencia desleal contra marcas establecidas o notorias; la ausencia de mecanismos de control de la difusión, utilización y distribución de contenidos de propiedad intelectual en las redes sociales; y, la ausencia de mecanismos tecnológicos y jurídicos para dar respuesta a las infracciones de propiedad intelectual debido a la inconsistencia de las políticas de uso y regulación de los contenidos que gestionan las redes sociales (INTECO 2009).

3. Conclusiones.

La aparición y consolidación de las redes sociales ha democratizado la participación de las personas en el ciberespacio, validando su potencial

para canalizar los procesos sociales, ideológicos, culturales, económicos y políticos, a la vez que validando los riesgos que entraña su utilización inapropiada, negligente o malintencionada.

Las redes sociales han tenido un significado positivo como un espacio de revitalización y dinamismo para el acercamiento e intercambio cultural, la libertad de creación y de expresión, el desarrollo de negocios e industrias, la gestión de recursos humanos, la participación ciudadana, la consolidación del gobierno electrónico y el desarrollo del sector de las tecnologías de la información; empero, han tenido una contrapartida negativa debido, de un lado, a la insuficiencia de mecanismos instructivos, legislativos y tecnológicos de control y, de otro lado, al desconocimiento de las herramientas para su utilización adecuada por parte de los usuarios.

El sistema actual de protección de derechos relacionados con la información, en el marco de las redes sociales, adolece de insuficiencias tanto en la legislación vigente como en el modelo tradicional de gestión de estos derechos, estructurado sobre la base del entorno analógico.

En el caso cubano, resulta necesario actualizar el modelo tradicional de gestión de estos derechos, bajo el fundamento de tres ejes: a) la escasa o nula interferencia legislativa en la protección de los derechos relacionados con la información en el ámbito de las redes sociales; b) el presupuesto de seguridad jurídica que deben garantizar los creadores de las redes sociales a los usuarios y su información; c) la necesidad de los usuarios de disponer de un sistema efectivo que garantice y defienda los derechos que ostentan sobre su información.

El contexto actual nos llama a evaluar el sistema cubano vigente de protección de derechos asociados con los usuarios y sus contenidos en las redes sociales, desde una perspectiva multidisciplinaria e integradora que aúne esfuerzos educativos, legislativos y tecnológicos orientados a convertir las redes sociales en lo que siempre debieron haber sido: espacios seguros de estrechamiento y desarrollo pleno de las relaciones humanas.

4. En aras de encontrar alternativas.

Como alternativas de solución a las problemáticas ya expuestas se han contemplado múltiples opciones. Para condensar estas posibilidades cabe enfatizar las siguientes recomendaciones:

En el orden legislativo,

1. En el caso de la legislación internacional, se sugiere actualizar las legislaciones internacionales vigentes en materia de tecnologías e información, así como perfeccionar la determinación de los derechos asociados a la información y sus mecanismos de protección; incorporar las legislaciones internacionales a las legislaciones nacionales sobre la base de criterios de adecuación fundados en las particularidades y contexto social, cultural, económico y político de los países concretos, así como enriquecer las normativas vigentes con regulaciones acordes a los retos que impone el paradigma tecnológico emergente y al innegable reflejo que proyecta en el Derecho, especialmente con los matices de las redes sociales y el ciberespacio, entornos que por sus características *sui generis* desafían los cánones jurídicos tradicionales y su efectividad.
2. En el caso cubano, dado el discreto nivel de participación en el ciberespacio y la perceptible escasez legislativa en estas materias, se sugiere emprender iniciativas legislativas que regulen el acceso, utilización, mecanismos de instrucción y mecanismos de protección en el entorno de las redes sociales y el ciberespacio, en aras de garantizar que ambos sean esferas tecnológicas de intercambio con seguridad jurídica suficiente para los usuarios, sus contenidos, la sociedad, el Estado y sus valores, principios e intereses legítimos. En consonancia con la inminente inserción y expansión de las telecomunicaciones en Cuba y, especialmente, de las redes sociales en la red cubana, se sugiere prever la necesidad de que el legislador cubano regule especialmente aquellos usos de la informática susceptibles de repercutir en los derechos fundamentales, la seguridad nacional y la seguridad informática, así como en materia de protección de datos y propiedad intelectual.

En el orden tecnológico,

1. Se presenta una propuesta que consiste en una plataforma diseñada con una filosofía interactiva, informativa e instructiva; que combina elementos de la página web moderna con la multimedia tradicional en un formato ligero, minimalista y versátil que permite su actualización permanente por distintos administradores con los privilegios establecidos.
2. Esta plataforma fue programada, sobre la base de *software* libre, en lenguaje PHP con el *framework* *Symfony2* y el *framework* *Bootstrap*. *Symfony2* permitió hacer uso de sus alternativas para potenciar el funcionamiento de la seguridad del sistema, la integración de diferentes lenguajes para el aprovechamiento de

sus funcionalidades y la estructuración del código mediante el concepto MVC¹ que permite fraccionar la lógica del sistema en sectores determinados por su finalidad. Mientras, *Bootstrap* permitió utilizar la tecnología *responsive* que consiste en adaptar la visualización de la página web en dependencia de las características y tipo de dispositivo en el que este desplegada.

3. La plataforma, denominada IUS2.0, fue estructurada con una página de inicio en la que se despliega un menú contentivo de las opciones Conceptos, Estadísticas, Tutoriales, Contenidos y Noticias.
4. La opción Conceptos, expone una serie de definiciones sobre las redes sociales, las potencialidades que tienen, los riesgos que se enfrentan y algunas consideraciones para atenuarlos.
 - a. La sección Estadísticas, presenta los resultados estadísticos de investigaciones emprendidas por empresas y entidades sobre los principales indicadores de la utilización de las redes sociales en la actualidad.
 - b. La opción Tutoriales, expone un conjunto de documentos elaborados por el Instituto de Tecnologías de la Comunicación de España sobre las características, usos, funcionalidades y alternativas que tienen los usuarios en cada una de las principales redes sociales, especialmente con respecto a la gestión de seguridad en los perfiles de usuarios de estas redes.
 - c. La sección Contenidos compendia un conjunto de documentos sobre distintos temas de interés asociados a las redes sociales, las tecnologías de la información, el ciberespacio, el derecho, los derechos de menores de edad en estos entornos, los derechos de propiedad intelectual, los derechos de protección de datos, los derechos de consumidores y otras cuestiones afines.
 - d. Finalmente, la página de Noticias expone noticias de actualidad relacionadas con la utilización de las redes sociales y los derechos asociados.

¹ Modelo Vista Controlador.

Bibliografía

- BEY, Hakim, 1997. *T.A.Z. Zona Temporalmente Autónoma*. Madrid: Talasa Ediciones. [Consultado: 01-02-2018]. Disponible en: <http://josefernandez.com.es/bibliotecadigital/archive/files/906f4473620d2d7093e192da8559e5dd.pdf>
- CUBA, 1960. Ley No. 697 de protección al consumidor, de 22 de enero de 1960. *Gaceta Oficial de Cuba*. Cuba.
- CUBA, 1977. Ley No. 14 de Derecho de Autor, de 28 de diciembre de 1977. [Consulta 8 enero 2018]. Disponible en: <http://www.wipo.int/wipolex/es/details.jsp?id=908>
- CUBA, 1999. Ley No. 203 sobre Marcas y otros Signos Distintivos, de 24 de diciembre de 1999. [Consulta 8 enero 2018]. Disponible en: <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/cu/cu001es.pdf>
- CUBA, 2002. Decreto-Ley No. 228 sobre las Indicaciones Geográficas, de 22 de febrero de 2002. [Consulta 8 enero 2018]. Disponible en: <http://www.wipo.int/wipolex/es/details.jsp?id=899>
- CUBA, 2011. Decreto-Ley No. 290 sobre las Invenciones y Dibujos y Modelos Industriales, de 20 de noviembre de 2011. [Consulta 8 enero 2018]. Disponible en: <http://www.wipo.int/wipolex/es/details.jsp?id=12026>
- CUBA, 2011. Decreto-Ley No. 291 sobre la Protección de las Variedades Vegetales, de 20 de noviembre de 2011. [Consulta 8 enero 2018]. Disponible en: http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=274790
- CUBA, 2011. Decreto-Ley No. 292 sobre los Esquemas de Trazado de Circuitos Integrados, de 20 noviembre 2011. [Consulta 8 enero 2018]. Disponible en: http://www.wipo.int/wipolex/es/text.jsp?file_id=274865
- GENTA, Mariela, 2008. *Etapas hacia las Sociedades del Conocimiento*. Montevideo: UNESCO. [Consultado: 01-02-2018]. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0017/001798/179801S.pdf>
- HERCE RUIZ, Beatriz, 2012. *Aspectos Jurídicos sobre la privacidad en las Redes Sociales*, Trabajo de Fin de Máster. Madrid: Universidad Carlos III de Madrid. [Consultado: 08-02-2018]. Disponible en: https://e-archivo.uc3m.es/bitstream/handle/10016/23128/TFM_herce_ruiz_2012.pdf
- HERRERA BRAVO, Rodolfo, 2014. *Algunas obras digitales y su protección jurídica*. Chile: Universidad Central de Chile. [Consultado: 10-02-2018]. Disponible en: <http://www.galeon.com/rodolfoherrera/obrasdigitales.pdf>
- INTECO, 2009. *Estudio sobre la privacidad de los datos personales y la seguridad de la información en las redes sociales online*, Instituto Nacional de las Tecnologías de la Comunicación. España: Observatorio de la Seguridad de la Información. [Consultado: 11-02-2018]. Disponible en: <https://www.uv.es/limprot/boletin9/inteco.pdf>
- INTECO, 2011a. *Estudio sobre el fraude a través de internet*, Informe anual 2011. España: Observatorio de la Seguridad de la Información.

- [Consultado: 11-02-2018]. Disponible en:
https://www.prevent.es/Documentacion/estudio_fraude_4t10.pdf
- INTECO, 2011b. *Guías legales: Comercio electrónico y e-confianza*, Área Jurídica de la Seguridad y las TIC. España: Observatorio de la Seguridad de la Información. [Consultado: 11-02-2018]. Disponible en:
https://www.incibe.es/extfrontinteco/img/File/empresas/guias/Guia_ciberseguridad_comercio_electronico/guiacomercioincibe0.pdf
- INTECO, 2011c. *Guías legales: Utilización de las tecnologías de la información en el ámbito laboral*, Área Jurídica de la Seguridad y las TIC. España: Observatorio de la Seguridad de la Información. [Consultado: 11-02-2018]. Disponible en: <http://www.iurismatica.com/guia-legal-sobre-utilizacion-de-las-tecnologias-de-la-informacion-en-el-ambito-laboral/>
- INTECO, 2011l. *Guía de introducción a la web 2.0: aspectos de privacidad y seguridad en las plataformas colaborativas*, Plan avanza2. España: Observatorio de la Seguridad de la Información. [Consultado: 11-02-2018]. Disponible en:
http://enfermeriacomunitaria.org/web/attachments/article/576/Guia_de_introduccion_a_la_web_20.pdf
- LÓPEZ CAMARGO, Javier, 2003. Derechos del consumidor: consagración constitucional en Latinoamérica, *Revista E-Mercatoria*, Volumen 2, No. 2. [Consultado: 12-02-2018]. Disponible en:
<file:///C:/Users/usuario/Downloads/2132-7327-1-PB.pdf>
- RUZ, Franz, 2011. *El futuro del derecho de autor y los contenidos generados por los usuarios en la web 2.0*. Madrid: Rooter. [Consultado: 12-02-2018]. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/76339379/El-futuro-del-derecho-de-autor-y-los-contenidos-generados-por-los-usuarios-en-la-web-2-0>