



LSSI y Sector Audiovisual: Régimen Básico de Obligaciones

La irrupción y surgimiento de las Tecnologías de la Información (TIC's), con especial referencia al desarrollo de la informática, la aparición y auge de Internet, que experimentaron un acentuado desarrollo en la década de los 80 y 90, dio lugar a la que hoy es conocida como "Revolución Tecnológica" o "Revolución Digital", revolución que a su vez originó un conjunto de cambios que se manifestaron en diferentes sectores y ámbitos sociales, entre otros, en los sectores audiovisual y jurídico. Teniendo dicha revolución un origen eminentemente técnico, por ser éste el entorno desde el que se empieza a manifestar, sin embargo tuvo manifestaciones en diferentes áreas por la necesidad de ir integrando esos cambios y adoptarlos en el desarrollo diario de las diferentes actividades y manifestaciones.

Al mismo tiempo, la "Revolución Digital" provoca y origina el fenómeno de la convergencia, que podemos identificar como el *aglutinamiento de los aspectos tecnológicos, empresariales, sociales, jurídicos y de mercado relacionados con la satisfacción de determinadas necesidades de los usuarios*. El fenómeno de la convergencia afecta a los más variados sectores, como pueden ser las comunicaciones o los servicios telemáticos, pero que también alcanza al sector audiovisual, teniendo un carácter evolutivo y dando lugar a importantes transformaciones en los sectores afectados.

Con relación al sector audiovisual, el fenómeno de la convergencia provoca un acercamiento de dicho sector con el sector de las telecomunicaciones, incrementado por la aparición y desarrollo de las Tecnologías de la Información, especialmente Internet, dando a lugar a una serie de importantes cambios y transformaciones de entre los cuales cabe destacar, entre otros, los siguientes:

- Internet se configura como un modelo de negocio diferente, que permite reducir los costes de la prestación de los servicios.
- Internet facilita y hace posible la individualización y personalización de contenidos, así como la interactividad y la posibilidad de alcanzar un mayor grado de segmentación de los servicios. Los servicios se pueden prestar de forma individualizada y personalizada.
- Surgen nuevos servicios relacionados como el sector audiovisual, tales como el *web casting*, *streaming*, la televisión a la carta, el *Video On Demand*, la descarga de contenidos... al tiempo que se potencian servicios tradicionales.

- Desaparecen los límites geográficos en la prestación de servicios audiovisuales, lo que potencia el público objetivo al que poder prestar dichos servicios.
- Se introducen novedades en el proceso de creación de las obras audiovisuales y cinematográficas en las fases de creación, producción, postproducción, pero sobretodo en la fase de distribución y exhibición (o comunicación pública).
- Aparecen y se desarrollan tecnologías que posibilitan aumentar y aprovechar el ancho de banda, tales la tecnología xDSL, el cable, las líneas RDSI...

En definitiva, el fenómeno de la convergencia aporta y genera cambios y novedades en el sector audiovisual que se configuran como ventajas a la hora de ofrecer y prestar servicios, así como al dirigirse a los consumidores y usuarios, satisfaciendo sus necesidades.

Un ejemplo lo encontramos en la creación del mayor “videoclub” por Internet, a cargo de las principales compañías productoras norteamericanas (Warner Bros, Paramount Pictures, Universal Studios, Sony Pictures Entertainment y Metro-Goldwyn-Mayer), posibilitando la descarga de películas mediante el pago de una cantidad económica, al tiempo que se permite luchar contra la piratería y, sobretodo, la obtención de altos beneficios a bajo costo. Otro ejemplo lo encontramos en los canales públicos y privados de televisión, algunos de los cuales ya ofrecen la posibilidad de acceder a contenidos, tanto en tiempo real o en directo (televisión a través de Internet) como a solicitud del usuario (p.e, la posibilidad de ver capítulos de series o programas previamente emitidos).

Esta medida de las productoras es una reacción de las mismas en defensa de sus intereses, al ver que la tecnología *Peer to Peer* (P2P) les puede producir el mismo perjuicio que ya se está produciendo a las compañías discográficas mediante el intercambio de archivos musicales. Sin embargo, el P2P no es el único riesgo derivado de la prestación de servicios on-line, ya que las empresas que recurren a Internet como medio para el ofrecimiento de productos y servicios se encuentran con otra serie de os problemas añadidos como pueden ser el plagio y reproducción de contenidos, copia de bases de datos, programas de ordenador u otras creaciones protegibles por la normativa de los derechos de autor, la falta de seguridad en la identificación de las partes intervinientes en una transacción on-line o el repudio de las transacciones realizadas con tarjeta de crédito, la falta de una adecuada regulación contractual de las relaciones que se mantienen con terceros...

Ahora bien, todos estos cambios y novedades que la convergencia ha provocado e introducido en el sector audiovisual también determinan la necesidad de buscar entorno o marco normativo mínimo, así como otras medidas complementarias que, frente a los riesgos señalados anteriormente, proporcionen seguridad y ofrezcan soluciones, tanto a las empresas que prestan como a los usuarios que consumen y demandan este tipo de servicios, en especial cuando los mismos se prestan on-line.

Todo ello fomentará que los agentes implicados en el desarrollo y prestación de los servicios audiovisuales depositen su confianza en los mismos. Cabe destacar, principalmente, tres grupos diferentes de agentes implicados:

- a. Los autores y titulares de los derechos de explotación respecto de las obras que constituyen el contenido de la prestación de los servicios audiovisuales.
- b. Los usuarios y consumidores, destinatarios de la prestación de los servicios audiovisuales y cuyos intereses deben quedar debidamente protegidos.
- c. Las empresas prestadoras de dichos servicios audiovisuales.

De los tres grupos indicados, vamos a proceder a realizar un análisis de la relación del último de ellos (es decir, a las empresas que llevan a cabo la prestación de este tipo de servicios) con la Ley 34/2002, de 12 de julio, de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (en adelante, LSSI), en especial del conjunto de deberes y obligaciones que deben cumplir para poder prestar adecuadamente dichos servicios.

En primer lugar debemos señalar que para que el régimen de obligaciones de la LSSI resulte de aplicación será necesario, bien que la empresa tenga su residencia, domicilio social o lugar donde centralice su gestión administrativa en territorio español, bien que disponga en España de un establecimiento permanente desde el que, de forma continuada o habitual, realice todo o parte de su actividad. También será de aplicación dicho régimen de obligaciones cuando la empresa, aun estando establecida en un país de la Unión Europea o del Espacio Económico Europeo, preste los servicios a destinatarios situados en España.

Una vez cumplida la premisa anterior, la empresa que preste dichos servicios tendrá, a los efectos de la LSSI, la consideración de Prestador de Servicios de la Sociedad de la Información. Y los servicios audiovisuales que sean prestados tendrán la consideración de Servicios de la Sociedad de la Información siempre que cumplan las siguientes características: ser prestados a título oneroso (mediante contraprestación), a distancia (sin la presencia física del prestador y del destinatario), por vía electrónica (p.e, mediante el uso de Internet) y a petición individual del destinatario.

Por lo tanto, de los servicios audiovisuales que pueden tener la consideración de Servicios de la Sociedad de la Información cabe destacar el *Video on demand*, el *streaming* o el *downloading*, así como la prestación de Servicios de Intermediación tales como la transmisión de datos a través de redes de telecomunicaciones o el alojamiento, en servidores propios, de datos, aplicaciones o servicios suministrados por terceros (p.e, si los contenidos audiovisuales ofrecidos a través de una página web son suministrados por una empresa distinta de la que es titular de dicha página web). Pero quedan excluidos

los servicios de radiodifusión sonora y televisión (incluidos los servicios de “cuasivídeo a la carta”), por ser servicios que no son prestados a petición individual del destinatario.

Cumplidas las premisas anteriores, cuando una empresa pretenda llevar a cabo la prestación de servicios audiovisuales y resulten de aplicación los términos de la LSSI, deberá cumplir las siguientes obligaciones:

- a. Deber de inscripción registral del nombre de dominio correspondiente a la dirección de Internet desde la cual preste dichos servicios audiovisuales.

Este deber alcanza, no sólo a la inscripción inicial del nombre de dominio, sino también a cualquier modificación y/o cancelación del mismo. Asimismo, alcanza a quienes para prestar su actividad precisen de la adquisición de personalidad jurídica mediante su inscripción en un Registro público, como ocurre con las empresas respecto del Registro Mercantil.

- b. Deber de información general.

Los Prestadores de Servicios de la Sociedad de la Información deben poder a disposición de los destinatarios, entre otros, de medios para acceder de forma permanente, fácil, directa y gratuita a información como la denominación y domicilio social; datos que permitan establecer una comunicación directa y efectiva (p.e, correo electrónico o teléfono); datos relativos a la inscripción en el Registro Mercantil, el CIF o el precio de los productos y/o servicios, especificando si incluyen o no los impuestos aplicables y, en su caso, sobre los gastos de envío.

- c. Deber de colaboración en la interrupción de la prestación de los servicios y en la retirada de contenidos, así como en la retención de datos relativos a comunicaciones electrónicas:

Con relación a los supuestos en los que una empresa audiovisual preste servicios de intermediación (p.e, si facilita el suministro y distribución de contenidos audiovisuales de terceros), tiene el deber de colaborar con la Administración de Justicia en el cumplimiento de solicitudes de suspensión de la prestación de los servicios, en la retirada de determinados contenidos así como en la identificación de la titularidad y origen de contenidos, cuya titularidad corresponda a terceras empresas.

- d. Deberes relativos a la contratación de los servicios por vía electrónica:

En último lugar, con relación a los supuestos en los que los Prestadores de Servicios de la Sociedad de la Información faciliten y permitan a los destinatarios de dichos servicios la contratación de los mismos vía electrónica, también deberán cumplir un conjunto de obligaciones, que podemos clasificar en:

- Obligaciones previas al inicio de la contratación: consisten en el deber de informar al destinatario de los trámites a seguir en la celebración del contrato y condiciones generales que resultan de aplicación al contrato, principalmente.
- Obligaciones posteriores a la celebración del contrato: consisten, fundamentalmente, en el acuse de recibo y deber de confirmar la recepción de la aceptación y la contratación efectuada.

Por último, hay que dejar constancia del hecho de que este régimen de obligaciones tiene establecido en la propia LSSI un régimen de responsabilidades, además de un elenco de infracciones y sanciones, dirigidas a garantizar su correcto y adecuado cumplimiento en aras de una mayor seguridad jurídica, que permita el desarrollo y prestación de los Servicios de la Sociedad de la Información con suficientes garantías para los destinatarios de los mismos.

La LSSI, por lo tanto, lo que pretende es servir de base normativa sobre la que poder construir un marco jurídico sólido de referencia, tanto para empresas como para particulares, ofreciendo una mayor seguridad jurídica, reconociendo derechos a los usuarios y estableciendo un conjunto de obligaciones y deberes para las empresas. También viene a regular el modo de llevar a cabo actividades como el envío de comunicaciones comerciales, que hasta la entrada en vigor de la LSSI carecía de regulación, lo que permite saber y conocer qué hacer, qué no hacer y, sobre todo, cómo hacerlo.

Como conclusión al presente artículo, podemos señalar que la aprobación y entrada en vigor de la LSSI no ha hecho más que poner algo de orden (o, al menos, esta ha sido su intención) en un sector de actividad, regido por Internet, caracterizado por una desregularización, no absoluta pero sí relativa, y donde resulta de especial importancia conjugar los medios jurídico-normativos con medios técnicos tales como el uso de la firma electrónica, la inclusión de marcas de agua o el cifrado de las comunicaciones y uso de canales seguros de comunicación, con el fin de potenciar y dar solidez al desarrollo de actividades utilizando el canal Internet.

Juan Carrasco
Abogado del Departamento Tecnologías de la Información, Legalia Abogados
juancarrasco@legalia.com

© Legalia Abogados 2003