



MANUAL DE ESTILO PERIODÍSTICO SOBRE

# DERECHOS DE AUTOR, PROPIEDAD INTELECTUAL Y COLABORACIÓN EN LA ERA DIGITAL

*Violeta B* de Chamorro  
F U N D A C I O N

**DIRECTORA EJECUTIVA:**


» Cristiana Chamorro Barrios

**INVESTIGADORES:**

» María Adilia Serrano Amara, *abogada*.

» María Lilly Delgado Talavera, *periodista*.

» Wilfredo Miranda Aburto, *periodista*.

 [violetabarriosdechamorro](#)

 [FundVioleta](#)



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons  
Atribución-no Comercial-compartirigual 4.0 internacional

---

# ÍNDICE

4	Presentación	22	Capítulo 6 Falta de acceso a la información pública y entorno digital
6	Introducción	25	Capítulo 7 Nuevas formas de censura y casos emblemáticos
8	Capítulo 1 Principios y valores	30	Capítulo 8 Procedimientos de denuncias por uso legítimo en YouTube y Facebook
10	Capítulo 2 ¿Qué protege la ley de derechos de autor?	42	Capítulo 9 Pautas para acuerdos de colaboración
12	Capítulo 3 Derechos morales y derechos patrimoniales	49	Capítulo 10 Cómo atribuir y citar correctamente
15	Capítulo 4 Derechos de autor y periodismo digital	53	Capítulo 11 Principios y valores
20	Capítulo 5 Uso legítimo de información pública		

# PRESENTACIÓN



**L**a Fundación Violeta Barrios de Chamorro cumpliendo con su misión de fortalecer capacidades en el periodismo nacional, pone a disposición de periodistas, comunicadores y medios de comunicación el **manual de estilo periodístico sobre derechos de autor, propiedad intelectual y colaboración en la era digital**.

Con esta herramienta los profesionales de la comunicación podrán contar con información elemental para el manejo de los conceptos, principios y disposiciones legales sobre derechos de autor y propiedad intelectual, que protege los trabajos periodísticos. El manual ha sido concebido como un marco jurídico de referencia nacional en plena correspondencia a los estándares internacionales que regulan la materia.

El diseño y elaboración de este manual toma como referencia los resultados de una encuesta realizada entre periodistas, comunicadores y directores de medios de comunicación; donde se pudo comprobar que un alto porcentaje de las personas encuestadas desconocían los alcances de protección de los trabajos periodísticos en Nicaragua; al igual que sobre las normas y procedimientos adecuados, de intercambio y reproducción de contenidos noticiosos a través de medios digitales.

Aspiramos a que el manual sea una guía metodológica de consulta permanente para la formación teórica y práctica de los y las profesionales del periodismo en Nicaragua, un documento referente que se esté presente en las escuelas de periodismo, en las salas de redacción, a fin de estimular la búsqueda permanente de la excelencia periodística; con el objeto de reforzar el compromiso social de los medios de comunicación de generar contenidos de calidad, ajustado a las necesidades y aspiraciones de sus audiencias y en pleno cumplimiento de la función social de la comunicación.

En la Fundación Violeta Barrios de Chamorro estamos convencidos que la vigencia y el derecho de informar, requiere conocimiento complementario de otras leyes y disposiciones legales sobre derechos de autor de trabajos periodísticos. Con la llegada del internet, el acceso a fuentes de información se volvió inmediato y gratuito, lo que ha propiciado un salto exponencial en el uso de la tecnología en la práctica periodística.

En la actualidad nos enfrentamos a una época en que la revolución tecnológica ha potencializado la presencia de los medios de comunicación, pero también nos enfrentamos a un sistema político que

persigue, censura y acosa a periodistas y medios de comunicación, por lo cual debemos de tener la debida protección.

Con este manual queremos fortalecer la práctica de periodismo colaborativo, periodismo en redes; pero basado en la implementación de protocolos de colaboración de contenidos entre medios de comunicación; los medios, periodistas y comunicadores tienen derechos, pero también responsabilidades que cumplir. En ese sentido este manual aporta una visión de ética periodística cimentada en el respeto de las normas.

El periodismo colaborativo requiere de profesionales que, ante la abundancia de información contenida en la red puedan curar la búsqueda, verificarla y aplicar técnicas rigurosas de protección de la información.

Este manual comprende 12 capítulos metodológicamente estructurados, donde se identifican oportunidades de formación para que los diferentes actores involucrados en la producción informativa puedan ponerlos en práctica, además se presentan un conjunto de recomendaciones y sugerencias que propicien la armonización de técnicas y procedimientos entre la teoría y a práctica periodística.

# INTRODUCCIÓN



**A** raíz de las protestas sociopolíticas de abril en 2018, que implicó un embate represivo del Gobierno de Daniel Ortega para desarticular a los medios de comunicación independientes (censura, represión, cárcel y confiscación de redacciones), en Nicaragua se reconfiguró el mapa mediático en el contexto digital. Alrededor de 14 nuevos medios de comunicación nacieron como nativos digitales y los tradicionales adaptaron sus agendas a diversas plataformas digitales para sortear la censura. De la mano de este brote informativo, las redacciones crearon alianzas colaborativas para informar.

Dichas alianzas consisten desde labores de reportería en conjunto para protegerse mutuamente de los ataques policiales y paramilitares, hasta el intercambio de contenidos informativos. Sin embargo, ante ese ejercicio de intercambio se han suscitado controversias entre los periodistas sobre **derechos de autor**, al mismo tiempo ha quedado en evidencia la necesidad de un **protocolo o manual que rijan estos intercambios**. Una guía que establezca parámetros claros de uso adecuado de reproducción de contenidos noticiosos en las webs y redes sociales. Todo ello dentro del marco legal vigente en materia de derechos de autor, con el fin de evitar posibles problemáticas alrededor de estos temas.

Este **manual de estilo periodístico sobre derechos de autor, propiedad intelectual y colaboración en la era digital** ha sido diseñado para los periodistas y medios

de comunicación independientes de Nicaragua para que sea una referencia en las redacciones. Que sirva como herramienta para potenciar y fortalecer las colaboraciones.

Para su elaboración se **practicó una encuesta en línea** a través de la plataforma de “Formularios de Google” a periodistas y medios independientes seleccionados. El objetivo primordial del sondeo fue medir el grado de conocimiento en materia de derechos de autor. La Fundación Violeta Barrios de Chamorro envió el formulario preparado por los consultores a 40 directores de medios de comunicación independientes. La encuesta fue respondida satisfactoriamente por 22 periodistas.

La encuesta también **sirvió como base para determinar la existencia o no de políticas definidas sobre el uso de materiales de terceros en sus plataformas digitales**. El sondeo fue dividido en tres áreas temáticas: una jurídica, la segunda referida a acceso a la Información pública y Uso legítimo (Fair Use); y una tercera sobre la práctica de atribuciones y colaboraciones entre medios de comunicación independientes.

El sondeo reveló que, pese a la diversidad de producción informativa, el 100% de los encuestados utilizan materiales

informativos de otros medios de comunicación en sus portales.

Sin embargo, no cuentan con un procedimiento establecido para atribuir los créditos, lo cual deriva en reclamos por el uso legítimo de la información entre periodistas o sanciones por parte de plataformas como YouTube (red social que impone más sanciones por violaciones a derechos de autor).

Para la construcción del manual se realizó un análisis de la legislación nacional e internacional vigente sobre la materia de Derechos de Autor, y la regulación específica aplicable para la protección de estos derechos en los medios digitales. **Se analizaron las políticas de las plataformas digitales Facebook y YouTube principalmente, además de Twitter e Instagram.** Se identificaron los parámetros y las pautas a seguir en el contexto de alianzas colaborativas.

Esperamos que el presente Manual de Estilo Periodístico sea una herramienta útil para un manejo adecuado del intercambio y reproducción de contenidos noticiosos a través de medios digitales.

## GUÍA QUE ESTABLEZCA PARÁMETROS CLAROS DE USO ADECUADO DE REPRODUCCIÓN DE CONTENIDOS NOTICIOSOS

# PRINCIPIOS Y VALORES



La Constitución Política de Nicaragua establece que el derecho de informar es una responsabilidad social. Se ejerce con estricto respeto a los principios establecidos en la carta magna y de manera que contribuyan al desarrollo de la nación (Art. 67 y 68). El ejercicio del periodismo conlleva no solo el compromiso social que supone la libre información y expresión de ideas, sino que también hace posible el ejercicio del derecho constitucional que asiste a todo ciudadano como lo es el derecho a la información veraz.

Por lo tanto, periodistas y medios de comunicación son sujetos y a la vez instrumentos de la libertad de expresión. En consecuencia, el “ejercicio profesional es el cauce de manifestación de una opinión pública libre dentro del pluralismo de un Estado democrático y social de Derecho.”<sup>1</sup>

El respeto a los derechos de autor y la propiedad intelectual no solo es un tema legal sino ético. Lo primero que debemos hacer es apelar a la ética periodística y al respeto de toda clase de actividad creativa, en especial que la reproducción de contenidos a través de medios

<sup>1</sup> Código Deontológico Aprobado en Asamblea Ordinaria celebrada en Sevilla el día 27 de noviembre de 1993 y actualizado en Asamblea Ordinaria celebrada en Mérida el día 22 de abril de 2017.



tecnológicos no vulneren tales derechos. Para ello, también se requiere conocer sobre estos derechos.

Los resultados de la encuesta Medios Digitales reflejó que, aunque Nicaragua cuenta desde 1999 con una Ley de Derechos de Autor<sup>2</sup>, el 54% de los medios de comunicación independientes consultados desconocen o conocen poco o nada de lo que esta normativa protege. El margen de desconocimiento aumenta hasta un 68.2% cuando se pregunta si conocen que la ley de Derechos de Autor protege trabajos periodísticos.

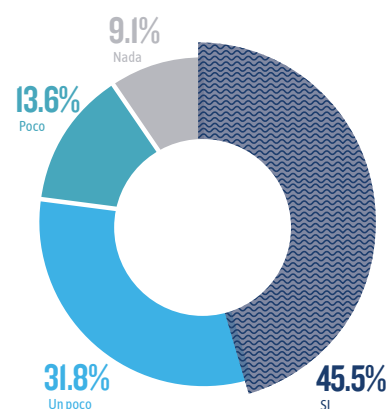
Es importante señalar que la protección de los derechos de autor también tiene una dimensión internacional, que constituye la base jurídica de nuestro derecho local. Entre los instrumentos más importantes sobre la materia podemos mencionar: el Convenio de Berna de 1886 para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas; la Convención de Roma sobre la Protección de los Artistas

intérpretes o ejecutantes, los productores de fonogramas y los organismos de radiodifusión, de 1961; y el Tratado de la OMPI sobre Derechos de Autor (WCT) de 1996.

Conocer qué protege la Ley de Derechos de Autor, y sobre todo en lo referente a trabajos periodísticos en Nicaragua, es importante para un manejo adecuado del intercambio y reproducción de contenidos noticiosos a través de medios digitales. También es vital a la hora de responder una notificación de supuesta infracción de derechos de autor en plataformas de video como YouTube.

## 54% DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN INDEPENDIENTES DESCONOCEN O NO CONOCEN DE LO QUE ESTA NORMATIVA PROTEGE

¿SABE UD. QUÉ PROTEGE LA LEY DE DERECHOS DE AUTOR EN NICARAGUA?



<sup>2</sup> Ley No. 312, Ley de Derecho de Autor y Derechos Conexos, Publicada en La Gaceta No.166 y 167 del 31 de agosto y 1 de septiembre de 1999), y su reforma, la Ley No. 577. Ley No. 577, Ley de Reformas y Adiciones a la Ley No. 312, Ley de Derecho de Autor y Derechos Conexos, Publicada en La Gaceta, Diario Oficial No. 60 del 24 de marzo del 2006).

# 2

## ¿QUÉ PROTEGE LA LEY DE DERECHOS DE AUTOR?



**L**a Ley de Derechos de Autor establece en su Art.13 que: *“Están protegidas por esta Ley todas las creaciones originales y derivadas, literarias, artísticas o científicas, independientemente de su género, mérito o forma actual o futura,* tales como:

1. **Las obras artísticas artesanales** producto del arte popular en sus diversas expresiones y formas.
2. **Las obras literarias, ya sean orales como los discursos,** alocuciones, sermones, conferencias, alegatos de estrado y las explicaciones de cátedra; ya escritas como las **novelas, cuentos,** poemas, comprendiendo también los programas de cómputo, sean estos programas fuente o programa objeto y cualquiera que sea su modo o formas de expresión.
3. Las composiciones musicales, con o sin letra.
4. **Las obras dramáticas,** las dramático-musicales, las coreográficas, las pantomimas y en general, las obras teatrales.
5. **Las obras audiovisuales** dentro de las cuales se comprende los videogramas.

6. Las esculturas, pinturas, grabados, fotograbados, **litografías, dibujos, las historietas gráficas o cómicas** y obras plásticas en general.
7. **Las fotografías** y las producidas por un procedimiento análogo.
8. Las obras de arquitectura y sus proyectos, ensayos, bosquejos, planos, maquetas, bosquejos y diseños de obras de arquitectura.
9. Los gráficos, mapas, diseños y figuras tridimensionales referidos a la geografía y topografía, y en general, a la ciencia.

Además de la protección de la obra original, también es objeto de protección cualquier otra creación que resulte de la transformación de una obra original (Obra derivada).

#### **POR EJEMPLO**

- Las traducciones, adaptaciones y doblajes.
- Las revisiones, actualizaciones y anotaciones.
- Los arreglos musicales.
- Los compendios, resúmenes y extractos. (Art. 15).

***El derecho de autor no se constituye por registrar la obra, sino por crearla.*** Estos derechos no están subordinados al cumplimiento de ninguna formalidad y, en consecuencia, las obras no registradas, ni publicadas quedan protegidas desde su creación.” (Art. 2).

**“ ESTÁN PROTEGIDAS POR  
ESTA LEY TODAS LAS  
CREACIONES ORIGINALES  
Y DERIVADAS, LITERARIAS,  
ARTÍSTICAS O CIENTÍFICAS.**

## ¿QUÉ PROTEGE LA LEY DE DERECHOS DE AUTOR?



**L**os Derechos de Autor comprenden dos tipos de derechos: los Derechos Morales y los Derechos Patrimoniales. La Ley de Derechos de Autor señala que: *“El Derecho de Autor comprende facultades de carácter moral y patrimonial que confieren al autor la plena disposición y el derecho exclusivo de explotación de la obra, sin más limitaciones que las establecidas en la presente Ley.”* (Art. 5).

### LOS DERECHOS MORALES COMPRENDEN:

1. **Derecho a la paternidad**, es decir, exigir el reconocimiento de su condición de autor de la obra.
2. **Derecho de integridad de la obra**, es decir, exigir el respeto a la integridad de la obra e impedir cualquier deformación, modificación, alteración o atentado contra ella.
3. **Derecho de divulgación.**
4. **Derecho de retiro** o arrepentimiento, que le permite retirar la obra de circulación.

5. **Derecho de modificarla** respetando los derechos adquiridos por terceros.

**Los derechos morales son inalienables e irrenunciables (Artículo .20 de la Ley),** por tanto, pertenecen siempre al autor.

Solo pueden ser ejercidos por el autor o sus sucesores mortis causa. Al fallecer el autor se transmite a sus herederos el ejercicio de los derechos morales, sin límite de tiempo. Asimismo, el autor mediante testamento podrá confiar el ejercicio de los derechos morales a cualquier persona natural o jurídica. (Art. 21).

## **LOS DERECHOS PATRIMONIALES COMPRENDEN**

1. **Derechos de Reproducción de la obra.** Es el derecho de copia, que puede ser total o parcial, permanente o temporal, en cualquier tipo de soporte. Se entiende por reproducción la fijación directa o indirecta, provisional o permanente, por cualquier medio y en cualquier forma, de toda la obra o de parte de ella, que permita su comunicación o la obtención de copias, incluso en Internet.
2. **Derecho de Distribución.** Consiste en la puesta a disposición del público del original o de las copias de la obra, en un soporte tangible, median-

te su venta, alquiler, préstamo o de cualquier otra forma.

3. **Derecho de Comunicación al Público.**

Todo acto por el cual una pluralidad de personas pueda tener acceso a la obra sin previa distribución de ejemplares a cada una de ellas, tales como la transmisión digital o analógica, o por cualquier medio, por hilo o sin hilo, de sonidos, imágenes, palabras, a distancia. Ello comprende la captación en sitio público de obras y producciones protegidas, comprendida la puesta a disposición del público de las obras de tal forma que los miembros del público puedan acceder a estas obras desde el lugar y en el momento que ellos elijan, como la radiodifusión.

4. **Derecho de Transformación.** De una obra comprende su traducción, adaptación y cualquier otra modificación en su forma de la que se derive una obra diferente. Este derecho tiene mucha importancia en el periodismo, especialmente en el digital, por la facilidad, rapidez y, a veces, impunidad en la transformación de la obra cuando ésta no es permitida. Tal es el caso de traducir, adaptar, resumir, añadirle otros párrafos a la obra, digitalizarla, sin que el derecho de transformación le haya sido cedido.

## **LOS DERECHOS MORALES SON INALIENABLES E IRRENUNCIABLES**

**5. Derecho de Colección.** El autor re- tiene el derecho a publicar después una antología o colección completa de sus obras, de manera que pudiese explotarlas en otra forma. Un perio- dista puede publicar sus columnas o reportajes en determinado medio, impreso o digital, y después reunir- los en colección para publicarlos en forma de libro.

**Los derechos patrimoniales son dere- chos alienables y temporales, transmi- sibles inter vivos a título oneroso o gra- tuito.** Corresponde al autor el derecho exclusivo de autorizar o prohibir la ex- plotación de su obra en cualquier forma. En consecuencia, pueden ser transmiti- dos mediante contratos o licencias que una vez negociados, establecen el al- cance y los términos y condiciones bajo los cuales estos se ejercitan. **Todos los derechos son originariamente del autor, es decir, que permanecen dentro de su dominio, de su esfera jurídica, mientras no los ceda mediante un contrato o una licencia.**

Todos los autores de obras protegidas tienen derecho también a la percepción

de una remuneración compensatoria, tal y como se señala en el artículo 7 del Reglamento<sup>3</sup>: “Al autor corresponde el **derecho de percibir beneficios econó- micos** provenientes de la utilización de la obra por cualquier medio, forma o proceso.

### **Limitaciones sobre los Derechos Patrimoniales**

No obstante lo anterior, existen limi- taciones sobre los Derechos Patrimo- niales. Es decir que, en ciertas circuns- tancias, **está permitida sin autorización del autor** la reproducción de una obra divulgada por razones de uso personal, para fines de enseñanza, uso privado de los no videntes, y bibliotecas y ser- vicios de archivo cuyas actividades no persigan directa ni indirectamente un provecho comercial. También se per- mite la **reproducción a título de cita o para análisis** de un fragmento de obras ajenas, así como la de obras aisladas de carácter plástico o fotográfico, siempre que se trate de obras ya divulgadas, y esa reproducción se realice a título de cita o para su análisis.

<sup>3</sup> Reglamento de la Ley de Derechos de Autor Y Conexos Decreto Ejecutivo N°. 22-2000, Publicado en La Gaceta, Diario Oficial N°. 84 del 05 de Mayo del 2000.

## DERECHOS DE AUTOR Y PERIODISMO DIGITAL



**E**n la actualidad, las circunstancias sociopolíticas que vive el país han propiciado la proliferación del uso de las nuevas tecnologías para el ejercicio del periodismo. En este contexto, los hechos noticiosos exigen inmediatez. Eso ha generado el uso del trabajo de otro periodista o medio sin dar el debido crédito al autor ni compensación pecuniaria por la monetización que resulta en su plataforma.

Esta práctica ocurre especialmente en ocasión del seguimiento y monitoreo de noticias o compilaciones de recortes de noticias (*“press clipping”*) que han sido elaboradas y publicadas por otros, y se realizan a través de diversas técnicas como el re direccionamiento, los enlaces (*“links”*) y el enmarcado (*“framing”*).

En algunos países y foros se discute si esta actividad vulnera los derechos de propiedad intelectual de los autores del producto original... o si constituye una práctica de competencia desleal. **El problema jurídico es el siguiente: ¿pueden terceros que no participan ni intelectual ni económicamente durante el proceso de creación y edición de una noticia reencauchar este trabajo y lucrarse de él?**<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Los servicios digitales de seguimiento de noticias bajo la mirada del derecho de autor, Patricia Reyes Olmedo. Rev. IUS vol.12 no.41 Puebla ene./jun. 2018. Universidad de Valparaíso, Chile.

La respuesta a esta interrogante dependerá de varios factores: la originalidad de la obra periodística, el derecho de autor sobre la noticia, y las limitaciones a este derecho de autor, específicamente el derecho de cita. Además el derecho de autor sobre la obra derivada los links y los *frames* que las cortes competentes deberán analizar caso por caso.

### La protección de la obra periodística

La primera cuestión que debemos analizar es si la obra periodística está protegida por la legislación de derechos de autor. Para ello, debemos comprender el alcance y la heterogeneidad de la obra periodística, que abarca distintos géneros con distinto nivel de protección en dependencia de la concurrencia del carácter creativo de la obra, ya que para que goce de protección, el trabajo periodístico tiene que ser “original, novedoso y creativo”.

“En este sentido, NAVAS NAVARRO distingue entre: **“géneros informativos”** que comprenden la información, como el reportaje y la crónica que tienen por objeto informar sobre hechos dando lugar a las noticias. Si bien los trabajos meramente informativos suelen carecer del requisito de la originalidad, mientras que el reportaje y la crónica combinan elementos informativos y elemen-

tos creativos, sólo estos últimos estarían amparados por los derechos de autor.

Los **“géneros interpretativos”** que utilizan el estilo de opinión o interpretativo, y que engloban la editorial, el comentario o columna, la crítica y el artículo de colaboración, son trabajos que presentan cierta creatividad, por lo que son merecedores de la protección. Esto también los **“géneros amenos”**, como los artículos de humor, los cuentos, y las novelas por entregas que, también, pueden presentar elementos creativos susceptibles de protección”<sup>5</sup>. Habrá que analizar caso por caso si el elemento de creatividad y originalidad está presente en la obra periodística, para determinar la existencia de obra intelectual protegible.

### El derecho de autor sobre la noticia

Para determinar si los periodistas o medios de comunicación que se dedican al “*press clipping*” vulneran el derecho de autor de las empresas que elaboran la noticia, lo primero que hay que dilucidar es si el material que compilan está protegido por el derecho de autor.

Al respecto hay que considerar que, desde un punto de vista jurídico, la información noticiosa “es libre y no aprehensible por nadie, y por tanto, carece

<sup>5</sup> Derechos De Autor Sobre Trabajos Periodísticos <https://elderecho.com/derechos-de-autor-sobre-los-trabajos-periodisticos>.



de la protección que otorga el derecho de autor; de manera que no se requiere la aplicación de ninguna excepción para su reproducción”. Así se reconoce en el numeral 8 del artículo 2 del Convenio de Berna (1886): **“La protección del presente Convenio no se aplicará a las noticias del día ni de los sucesos que tengan el carácter de simples informaciones de prensa”**. Salvo que el material sea el resultado de una investigación, brinde una opinión, incluya alguna crítica o simplemente tenga una forma de redacción particular que escape de la mera narración de hechos, ya sea en su estructura y/o en su expresión lingüística.

¿Por qué lo excluye? Este material no posee la característica requerida de originalidad para constituir una obra protegida, porque el objetivo es favorecer la libre utilización y circulación de los trabajos periodísticos. Esto a fin de garantizar la libre transmisión del pensamiento, de las ideas y de la información de la que es acreedora la sociedad, dado el interés general en la formación de una opinión pública libre y democrática. **En todo caso, aún en el caso de las noticias, siempre debe de respetarse el derecho moral del autor, citando la fuente y el autor. Esta es la regla general.**

¿Cuál es la excepción? Que el material sea el resultado de una investigación, brinde una opinión, incluya alguna crí-

tica o simplemente tenga una forma de redacción particular que escape de la mera narración de hechos, ya sea en su estructura y/o en su expresión lingüística. Entonces nos encontraremos ante una obra protegida por el derecho de autor<sup>6</sup>. Esto tendrá que ser determinado por los tribunales en cada caso concreto.

### **Los Derechos de Autor y El Re-direccionamiento de Contenidos a través de Enlaces (“Links”) y Enmarcados (“Framing”)**

En la práctica del periodismo digital de ciertas empresas de “press clipping” vemos que los “links” y los “framings” que re-direccionan las noticias y reportajes elaborados por otros medios se han convertido en una práctica común. En ocasiones sin el reconocimiento de la fuente y el autor; y en la mayoría de los casos, sin la correspondiente retribución.

En algunos casos no reproducen las noticias íntegras de los medios de comunicación, sino que seleccionan los enlaces de las páginas web que los contienen, y los sistematiza para presentarlos a sus clientes. En otros casos, reproducen total o parcialmente el artículo periodístico, incluyendo las fotografías y gráficos que pudiesen acompañar la nota. Esto podría significar que estas empresas de “press clipping” están utilizando obras protegidas por el derecho de autor y se lucran con las mismas enlazándolas.

<sup>6</sup> El press clipping y el uso de enlaces desde la perspectiva del derecho de autor. Jorge Córdova Mezarina \*N° 74, 2015 pp. 169-187 Revista de la Facultad de Derecho p. 171

Según lo manifestado por entendidos en la materia, los enlaces o hipervínculos pueden ser<sup>7</sup>:

**Enlaces superficiales** (*surfaces links*). Son aquellos que llevan directamente a una página web inicial de otro sitio web.

**Enlaces profundos** (*deep links*). Son aquellos que se dirigen a una sección específica de una página web.

**Enlaces ensamblados** (*embedded links*). Son aquellos enlaces que integran un fragmento de una página web a otra sin que el usuario sea consciente de este hecho, pues no se percibe la existencia de un vínculo y no existe la necesidad de ser redireccionado a otra página web.

**Enlaces marco** (*frames*). Son aquellos que permiten visualizar el contenido de la página web de un tercero enmarcada dentro de la página web que contiene el enlace. Normalmente aparece como una ventana o banner dedicado. Esta forma de enlaces es muy común en las páginas web de diarios y revistas. Esto opera a través de enlaces automáticos que es el de las denominadas ventanas emergentes o pop ups. Estos enlaces implican que se abran nuevas ventanas cuando se ha accedido a una página web, sin haberlas solicitado.

La pregunta es si cuando redireccionamos a través de un enlace superficial,

profundo o marco, estamos violando el derecho de autor del enlazado... **¿Qué derecho en particular es el que se está violando?**

En Nicaragua no contamos a la fecha con sentencias que hayan resuelto este tipo de casos. No obstante, si existen sentencias pronunciadas por tribunales extranjeros de Europa y EEUU. Sin embargo, en la práctica jurisdiccional, este es uno de los grandes debates actuales sobre el que no hay una única respuesta.

Por ejemplo, en relación a la **violación al Derecho de Comunicación al Público**, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea, sobre el tema de si los “Links” y el Framing infringen el Derecho de Comunicación al Público, ha señalado que quien facilita enlaces a sus usuarios que les permitan acceder a obras puestas a disposición en otras páginas web realiza un acto de comunicación al público.

No obstante, no todos los enlaces constituyen un supuesto de comunicación pública que requiera autorización, sino solamente aquellas obras protegidas ya comunicadas cuando:

- ✱ A través del enlace (“link”) se realiza un acto de comunicación pública de la obra, mediante un método técnico distinto del ya utilizado y/o dirigirse a un público nuevo<sup>8</sup>.

<sup>7</sup> Los servicios digitales de seguimiento de noticias bajo la mirada del derecho de autor, Patricia Reyes Olmedo. Rev. IUS vol.12 no.41 Puebla ene./jun. 2018. Universidad de Valparaíso, Chile.

<sup>8</sup> Caso de «Svensson»\* Jorge Córdova Mezarina 182 Derecho PUCP, N° 74, 2015 / ISSN 0251-3420 P.181 y 182).

- ✱ Se trate del uso de los enlaces marco (framing) y los enlaces ensamblados ya que aplica el mismo razonamiento antes señalado<sup>9</sup>.
- ✱ Los enlaces (“links”) sean proporcionados con ánimo de lucro por parte de quien publica el enlace, es decir, que la página tenga clara finalidad comercial (ej: obtiene beneficios a través de la publicidad)<sup>10</sup>.

En relación al **Derecho de Transformación de la Obra (Obra Derivada)**, se “... necesita la autorización previa y expresa del titular de la obra originaria, este derecho es de carácter patrimonial y confiere la potestad de autorizar al titular de la obra originaria la explotación de obras que deriven de ella...”<sup>11</sup>. Por ejemplo, cuando los enlaces (“links”) en las páginas web y sus contenidos, se presentan de tal forma que podría considerarse como obras derivadas de la página enlazada o cuando el enmarcado (“framing”) logra que la página que provee el link cambie su apariencia.

Asimismo, se requiere de autorización cuando una página web puede llegar a ser considerada una base de datos, es decir, cuando esta contenga un conjunto de links seleccionados y clasificados donde exista un esfuerzo intelectual y donde lo que se protege no es el enlace (“link”) en sí mismo sino la creación intelectual que pueda surgir de la selección de los enla-

ces (“links”) y/o una clasificación de los mismos, atendiendo a criterios específicos de organización y de añadir breves reseñas de los contenidos referenciados.

Sobre estos temas, en la actualidad estamos presenciando que grandes empresas vinculadas al mundo del Internet como Google Inc. y Yahoo! Inc. han lanzado, desde hace algún tiempo, servicios de agregación de noticias. Estos servicios seleccionan enlaces de páginas web de medios de comunicación y los listan de acuerdo con criterios previamente establecidos. En los últimos días se ha dado a conocer públicamente que Google pagará a editores seleccionados para distribuir su trabajo, ya sea video, audio, imágenes o texto, como parte de un nuevo producto de noticias, cuyos detalles no se han hecho públicos.

Google también ofrecerá pagar por el acceso gratuito para que los usuarios lean artículos con pagos en el sitio de un editor donde esté disponible, para ayudar a esos editores a aumentar su audiencia.

En Nicaragua no contamos con jurisprudencia en la materia, pero lo que sí ha ocurrido es la denuncia en las plataformas de YouTube por supuestas violaciones a los derechos de autor y que tienen que ver con la doctrina conocida como Uso Legítimo (“Fair Use”).

<sup>9</sup> Sentencia del Tribunal de Justicia Europeo en el caso «Best Water»\*, del 21 de octubre de 2014).

<sup>10</sup> Caso Playboy Sentencia del 8 de septiembre de 2016.

<sup>11</sup> PABÓN CADAVID, Jhonny Antonio. 2012. <https://egov.ufsc.br/portal/conteudo/hipertexto-links-y-derecho-de-autor>

## USO LEGÍTIMO DE INFORMACIÓN PÚBLICA



**L**a legislación nicaragüense reconoce en el marco de la Constitución Política el derecho a la libertad de expresión ciudadana, el derecho a la información veraz, así como el derecho de informar y la función social de los medios de comunicación. Derechos consignados en los artículos 30, 66, 67 y 68 de la carta magna.

En el ejercicio de estos derechos, en especial con el derecho de informar, los medios de comunicación deben de poder ejercerlos en igualdad de oportunidades. Es decir, el Estado debe garantizar el acceso a la información pública. Esa es la información que *produce, obtiene, clasifica y almacena la administración pública en el ejercicio de sus atribuciones y funciones, así como aquella que esté en posesión de entidades privadas en lo que se refiere a los recursos públicos, beneficios fiscales u otros beneficios, concesiones o ventajas.* La normativa también reconoce **el derecho de los medios de comunicación colectivos, en general, a acceder a todos los datos e informaciones sobre la actuación, gestión y cumplimiento de las competencias públicas conferidas a los órganos y entes abarcados por dicha ley.**

En la misma Ley de Derechos de Autor encontramos algunas disposiciones relativas a los límites de la protección, es decir al “Uso Legítimo”:

- \* No son objeto de protección las leyes, las disposiciones gubernativas, proyectos de ley, actas, acuerdos, deliberaciones y dictámenes de los órganos y organismos públicos y traducciones oficiales de los textos anteriores. Las sentencias de los tribunales pueden ser reproducidas por cualquiera, luego que lo hayan sido oficialmente sujetándose el editor al texto auténtico (Art. 16 de la Ley).
- \* Porciones de artículos sobre temas de actualidad económica, política o religiosa difundidos por los medios de comunicación social podrán ser reproducidos, distribuidos y comunicados públicamente por cualesquiera otro de la misma clase sin autorización del autor, **salvo que la reproducción, distribución o comunicación se hayan reservado expresamente**. Sin embargo, habrá que indicar siempre claramente la fuente y el nombre del autor, si son parte de las obras o artículos.
- \* Las conferencias, **discursos**, alocuciones, informes ante los tribunales o autoridad administrativa y otras obras del mismo carácter **que se**

**hayan pronunciado en público, podrán ser reproducidos, distribuidos y comunicados públicamente sin autorización del autor por los medios de comunicación social, siempre que esos actos se realicen con el exclusivo fin de informar de la actualidad y citando el nombre del autor.** En cualquier caso, queda reservado al autor el derecho de publicar en colección tales obras.

- \* **Cualquier obra susceptible de ser vista u oída con ocasión de informaciones sobre acontecimientos de la actualidad, puede ser reproducida, distribuida y comunicada públicamente sin la autorización del autor,** en la medida justificada por dicha finalidad informativa y de acuerdo con la naturaleza de la obra solo en casos excepcionales la reproducción podría ser total.

En resumen, los periodistas y medios independientes pueden **reproducir, distribuir y comunicar públicamente** la información que cae dentro de estas limitaciones a la protección establecidas por la Ley. Cabe aclarar que, en el caso de información pública, el medio que la difunde originalmente no puede reservarse derechos de autor sobre este tipo de noticia, porque es en sí misma de **naturaleza pública**.

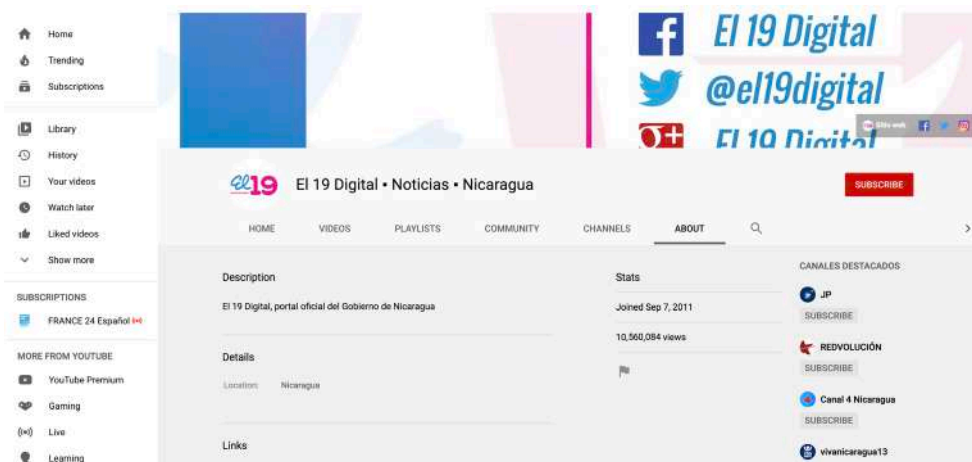
## 6

# FALTA DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PÚBLICA Y ENTORNO DIGITAL



## Plataformas digitales, determinantes para difusión de noticias:

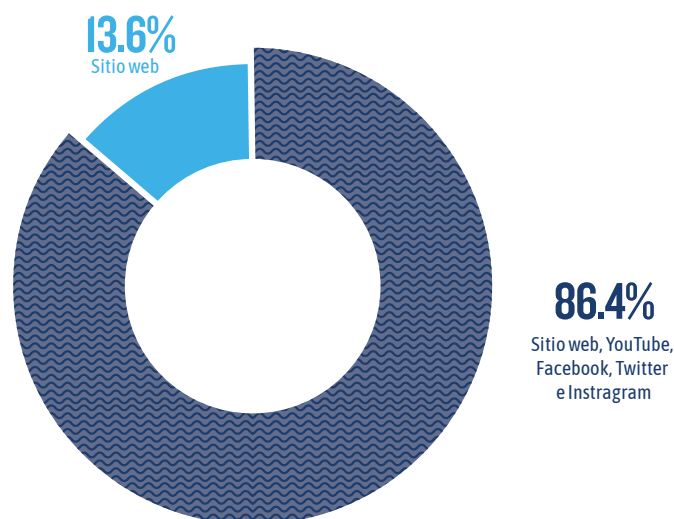
A partir de las protestas sociales de abril de 2018, la explosión de **medios alternativos y digitales en internet** han sido vitales para enfrentar el cerco de **censura** y romper con el monólogo del discurso oficial que impone el gobierno del presidente Daniel Ortega y la vicepresidenta Rosario Murillo en los medios tradicionales.



La falta de acceso a las actividades oficiales ha forzado a que los medios independientes hagan uso y/o reproduzcan imágenes provenientes del oficialista medio El 19 Digital, que se autodefine en la plataforma de YouTube como el “portal oficial del Gobierno de Nicaragua”. Más del 31% de los periodistas encuestados -para la elaboración del presente manual- dicen reproducir imágenes de El 19 Digital, y más del 36% capturan imágenes del estatal canal 6 para ser utilizadas en reportajes y notas informativas producidas por los medios independientes.

**Por ende, las plataformas digitales se han convertido en el único medio de transmisión y distribución de información para los medios independientes,** ante la confiscación por parte de la Policía Nacional del canal de noticias 100% Noticias, mismo que fue sacado del aire en diciembre del 2018. De igual forma, fue confiscada la sala de redacción del conglomerado de medios (Esta Semana - Confidencial - Esta Noche - Niú) que dirige el Periodista Carlos Fernando Chamorro.

## EN EL EJERCICIO DE LA FUNCIÓN PERIODÍSTICA. ¿CUÁLES PLATAFORMAS UTILIZA USTED?



El entorno virtual, sobre todo las redes sociales, se han convertido en **canales de salida y distribución determinantes para la producción noticiosa** de medios nativos digitales y medios tradicionales. Algunos medios se han convertido en la marcha en medios digitales desde el exilio y dentro de Nicaragua. De ahí que la mayoría de los medios independientes consultados, es decir más de 95%, disponen o han creado un canal de YouTube.

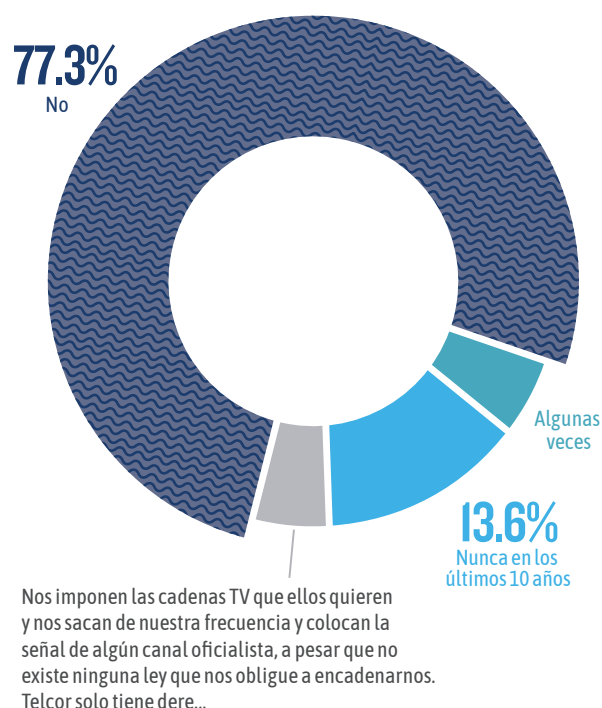


Más del 72% de periodistas consultados en la encuesta en línea para la realización del presente manual respondieron no tener acceso o ser invitados a cubrir actividades gubernamentales o estatales a partir de enero del 2007, cuando Daniel Ortega regresó al poder. Y más del 77% de los encuestados confirmó que su medio de comunicación tampoco tiene acceso a brindar cobertura periodística, ni es invitado a cubrir actividades gubernamentales, tales como ruedas de prensa o discursos oficiales del Presidente Daniel Ortega y la vicepresidenta Rosario Murillo.

49% de los periodistas encuestados respondieron que la última vez que su medio de comunicación logró grabar con equipos propios de filmación y producción un discurso oficial del Presidente Daniel Ortega, fue hace más de 10 años en promedio.

**72% DE PERIODISTAS CONSULTADOS RESPONDIERON NO TENER ACCESO O SER INVITADOS A CUBRIR ACTIVIDADES GUBERNAMENTALES**

**¿SU MEDIO DE COMUNICACIÓN TIENE ACCESO A BRINDAR COBERTURA PERIODÍSTICA Y SON INVITADOS A CUBRIR LAS ACTIVIDADES, RUEDAS DE PRENSA Y/O DISCURSOS OFICIALES DEL PRESIDENTE DANIEL ORTEGA Y VICE PRESIDENTA ROSARIO MURILLO?**



► Fuente: Encuesta en línea para Elaboración de Manual-FVBCH.



# 7

## NUEVAS FORMAS DE CENSURA Y CASOS EMBLEMÁTICOS



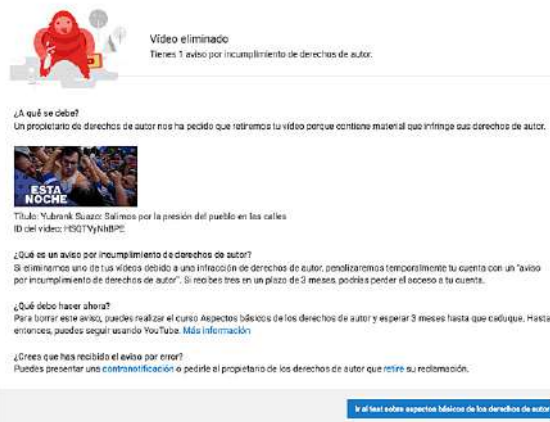
**A**lgunos medios afines al gobierno Ortega-Murillo --que funcionan bajo **figuras jurídicas privadas** (Canales de televisión 4,8,13)-- han denunciado por supuestas “**infracciones de derechos de autor**” a medios independientes, sobre todo ante las redes sociales como **YouTube y Facebook**. Por ende centraremos nuestro análisis en dichos procedimientos.

A partir del 2019, al menos tres importantes canales en YouTube de medios (Confidencial, 100% Noticias y Nicaragua Actual) han sido penalizados, suspendidos temporalmente, o clausurado definitivamente por notificaciones interpuestas por representantes de medios televisivos afines al Gobierno de Daniel Ortega y Rosario Murillo.

Tanto Canal 4, 8 y 13 son televisoras dirigidas por hijos de la pareja presidencial. Todos ellos funcionan bajo figuras jurídicas privadas, cualidad que invocan en la mayoría de ocasiones con el fin de obtener protección bajo los Derechos de Autor. Sin embargo, TELCOR eleva a categoría de canal oficial o estatal a canal 4, cuando obliga a los servicios de televisión por suscripción (cable), radiodifusión televisiva y canales de televisión nacional, a transmitir las comparecencias del presidente de la República, a través del estatal canal 6 y canal 4. Las notas oficiales de TELCOR establecen: “**La Transmisión se debe hacer desde la señal original íntegra del canal 6 o canal 4, sin poner ni quitar nada**”.



sobre la liberación de un preso político de Masaya, Yubrank Suazo, en el que se insertaron 10 segundos de imágenes de la televisora afín al gobierno, cuando Suazo fue presentado en el juzgado en el juicio político en su contra.



El primer caso emblemático de censura fue el canal de YouTube del conglomerado de medios **Esta Semana-Confidencial-Esta Noche-Niú** que dirige el periodista Carlos Fernando Chamorro. En junio del 2019, Confidencial Nica fue denunciado por Viva Nicaragua Canal 13.

Viva Nicaragua Canal 13 es dirigido por Camila Ortega Murillo<sup>12</sup>, hija de la pareja presidencial, quien a su vez es asistente personal de la Vicepresidenta Rosario Murillo y coordinadora de la “Comisión de Economía Creativa”<sup>13</sup>.

La denuncia contra **Esta Semana y Confidencial Nica** ante YouTube fue por supuesta violación de sus derechos de autor. Canal 13 habría denunciado un reportaje

► Fuente: Confidencial.

YouTube advierte que en caso de recibir 3 notificaciones por supuesta infracción de derechos de autor, y tener lo que llaman 3 copyrights strikes (cuando han bajado el video tras una denuncia de derechos de autor) en un plazo de 3 meses, el usuario podría perder acceso a su cuenta o canal de video. YouTube brinda la opción de presentar una **contranotificación**.

En el caso de Confidencial, después de retirar de forma temporal el video denunciado, YouTube revisó **manualmente** la denuncia interpuesta por Canal 13. La plataforma concluyó que “la queja **carecía de elementos legalmente requere-**

<sup>12</sup> Artículo de El 19 Digital: “Viva Nicaragua Canal 13 celebró a lo grande su primer aniversario”

<sup>13</sup> Ortega y Murillo nombran a su hija coordinadora de la “Comisión de Economía Creativa”

**ridos para un aviso de eliminación de derechos de autor**", por lo que solicitó al denunciante información adicional para completar el reclamo. "Ellos nunca completaron la denuncia", relató Elmer Rivas, Productor de Esta Semana y Esta Noche, que se transmiten en el canal de YouTube **Confidencial Nica**.

De acuerdo a información proporcionada por Rivas, YouTube habría enviado un mensaje Canal 13 (VivaNicaragua13) a mediados de junio del 2019 (18/junio) donde les expresaría parte del siguiente contenido:

*"Tenemos la sospecha, de que tu notificación de derechos de autor no es válida. Ten en cuenta que en muchos países es legal usar obras con derechos de autor sin autorización del propietario, concretamente si se ha transformado la obra original para realizar un telediario, parodia, comentario o reseña.*

*Algunos países ampararán este uso bajo el concepto de "uso legítimo", mientras que otros países permiten que se realice un número concreto de "excepciones de derechos de autor"*

*Más información sobre el **uso legítimo** en Estados Unidos"*

► Fuente: Información proporcionada por Confidencial que autoriza su publicación.

Confidencial completó un curso obligatorio de Derechos de Autor en YouTube. Tras la resolución, el contenido y el canal de YouTube fue rehabilitado y continúa vigente.

Para Enrique Gasteazoro, gerente general de los medios de Carlos Fernando Chamorro, el aprendizaje es que "la censura y la represión son inteligentes". "La tecnología abre espacios y nos permite por ejemplo transmitir en línea, a pesar de que el régimen nos asfixia en tvé abierta, pero el represor también aprende a explotar esos nuevos espacios para su propia desinformación y aprende a obstaculizar las libertades de prensa, expresión, acceso a la información, por ejemplo con el uso malicioso del copyright entre otras formas", dice Gasteazoro.<sup>14</sup>

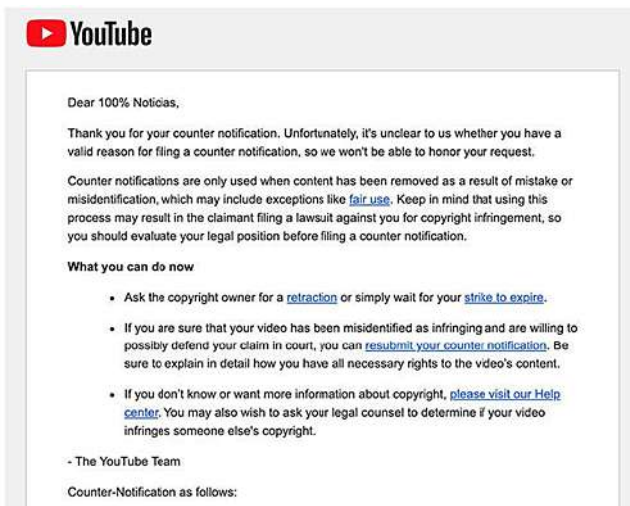
En junio del 2019, cuando **Confidencial Nica** fue denunciado por Canal 13 Viva Nicaragua ante YouTube, algunos medios que reproducen la revista investigativa dominical Esta Semana cada domingo en línea, medios como **Artículo 66** reportó que Facebook les habría "eliminado la retransmisión de Esta Semana" en el mismo período.

Entre las respuestas de la encuesta en línea, resalta que precisamente más de 30% cree que algunos reclamos por supuesta violación de derechos de autor ante YouTube no se ha actuado "de buena fe".

<sup>14</sup> Entrevista en línea a Enrique Gasteazoro- Gerente General-Invermedia y Promedia-20 Julio, 2020.

En el caso de 100% Noticias, al mantener clausurada la señal por cable, la dirección de este medio de comunicación ha volcado todos sus esfuerzos en las plataformas de YouTube y Facebook a partir de agosto de 2019. La migración total a YouTube arrancó cuando los periodistas Miguel Mora y Lucía Pineda Ubau, luego de ser excarcelados en junio del 2019, reiniciaron operaciones.

En marzo del 2020, YouTube le informó a 100% Noticias que cerraría dos cuentas de YouTube por quejas de supuesta violación de derechos de autor.



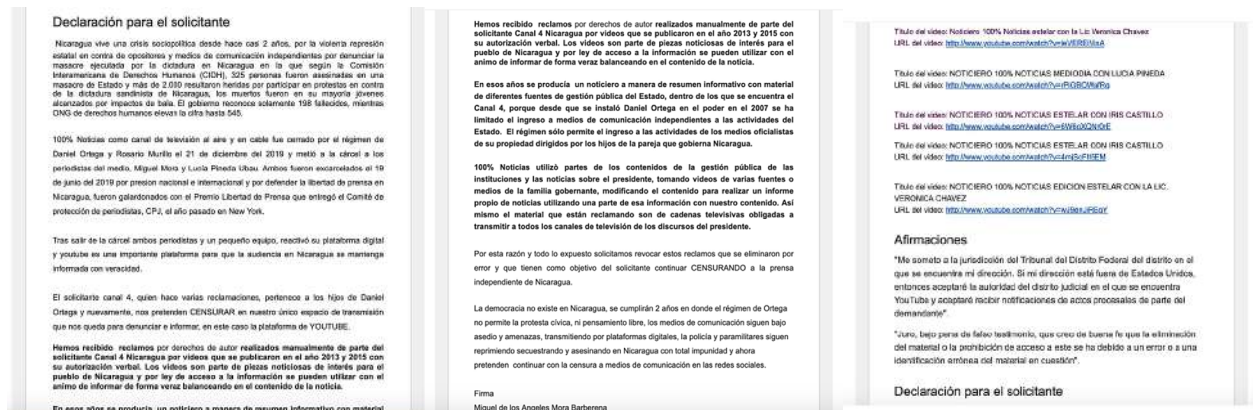
- Fuente: Artículo publicado en CPJ: YouTube censura a Medios Independientes nicaraguenses a raíz de las quejas sobre violación del Derecho Autor de medios propiedad de Ortega.

“Las señales de 100 Noticias Nicaragua y 100% Noticias fueron dadas de baja temporalmente en YouTube después que Canal 4 presentará **44 reclamos de derechos de autor** por videos oficiales que se difundieron en el canal entre 2013 y 2015”,<sup>15</sup> informó a través de una nota informativa el propio medio de comunicación 100% Noticias. En los primeros 15 días de marzo, los canales en YouTube de 100% Noticias Nicaragua y 100% Noticias fueron bloqueados.

YouTube primero agradeció a 100% Noticias por haber enviado una **contranotificación**. Pero informa que las contranotificaciones sólo son válidas cuando el contenido o video que ha sido removido es resultado de “un error o identificación errónea, que puede incluir excepciones como el **uso legítimo**”. YouTube expone al medio digital que en caso de estar seguro y estar dispuesto a defender su reclamo en corte, reenviar su **contranotificación** en la que “explique en detalle cómo el usuario cree tener los derechos para hacer uso de contenido” protegido por derechos de autor.

Por ende, 100% Noticias envió una contranotificación al Equipo de YouTube, a continuación compartimos algunos extractos de la contranotificación:

<sup>15</sup> Artículo publicado en CPJ: YouTube censura a medios independientes nicaraguenses a raíz de las quejas sobre violación del derecho autor de medios propiedad de Ortega



► Fuente: Información proporcionada por 100% Noticias que autoriza su publicación.

Los dos canales 100% Noticias en YouTube permanecieron cerrados por más de tres meses, hasta en julio de 2020, cuando la plataforma decidió reactivarlos. YouTube informó a través de un correo del 9 de Junio del presente año: “Terminamos de procesar su contranotificación en relación con estos videos. Este contenido se ha restaurado a menos que haya eliminado los video. No se aplicarán penalizaciones a su cuenta”.

Canal 4”, asegura Yeltsin Espinoza, periodista del medio.

Al menos 3 de los 22 periodistas encuestados identificaron al **Canal 13 Viva Nicaragua**, a fin al Gobierno, como el usuario que los habría denunciado también ante Facebook.

Un tercer medio digital fue clausurado por YouTube fue Nicaragua Actual. También por supuestas infracciones de derechos de Autor. Según la plataforma por “haber utilizado cadenas nacionales del Presidente Daniel Ortega de



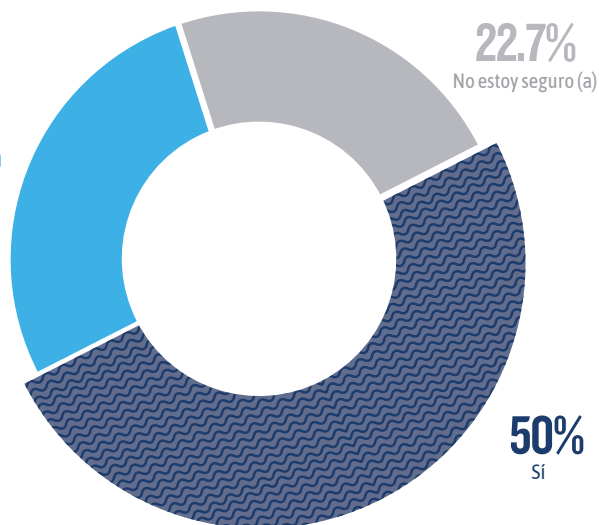
## PROCEDIMIENTOS DE DENUNCIAS POR USO LEGÍTIMO EN YOUTUBE Y FACEBOOK



**E**n Nicaragua existen más de 2.9 millones de cuentas activas en las redes sociales.<sup>16</sup> Sin embargo, el 50% de los periodistas independientes consultados en línea “no conocen” o “no están seguros” de conocer las políticas para enfrentar denuncias por supuesta infracción de Derechos de Autor en la Red Social de Facebook.

¿CONOCE USTED LAS POLÍTICAS DE DERECHOS DE AUTOR DE LA RED SOCIAL FACEBOOK, LAS POLÍTICAS PARA ENFRENTAR DENUNCIAS POR SUPUESTA INFRACCIÓN DE DERECHOS DE AUTOR?

27.3%  
No





Además se estima que existen más de **3.10 millones de usuarios activos de redes sociales**<sup>17</sup> en el país, lo que equivaldría a que más de 47% de la población, proyectada en más de 6 millones de habitantes. Tanto **YouTube (2)** como **Facebook (9)** se encuentran entre los Top 10 websites en el país de acuerdo a Alexa, plataforma que mide el tráfico mundial en la web. Después de Facebook y YouTube, está Instagram con 510 mil usuarios y le sigue twitter con 181 mil usuarios<sup>18</sup>.

### Políticas de derechos de autor en Facebook y YouTube

En su sección en línea sobre derechos de Autor, **YouTube** establece “la primera regla sobre Derechos de Autor”: “**Los creadores (de contenido) sólo deben subir videos que hayan hecho o que estén autorizados a usar. Eso significa que no deberían subir videos que no hicieron, o usar contenido en sus videos a los que otra persona les pertenece el derecho de autor, como pistas de música, fragmentos de programas con derechos de autor o videos hechos por otros usuarios, sin las autorizaciones necesarias**”.

Mientras que las Políticas de Propiedad Intelectual y Derechos de Autor de Face-

book se encuentran en el acápite Servicio de Ayuda. Facebook expone que tiene el “compromiso de ayudar a personas y organizaciones a proteger sus derechos de propiedad intelectual (...) y no permitir publicar contenido que vulnere los derechos de propiedad intelectual de otra persona, incluidos los derechos de autor y de marca comercial”.

### Notificación por infracción de Derechos de Autor-YouTube

La plataforma de Videos YouTube establece 2 procesos para que usuarios protejan los derechos de autor de sus videos o contenidos, y en caso de que se infrinja una supuesta violación a los derechos de autor o por publicar videos que no cumplen con los términos del servicio de YouTube:

- \* **Notificación de Infracción de Derechos de Autor (Takedown Notice):** YouTube establece que si tu obra, video, contenido está protegido por derechos de autor y se ha publicado en la plataforma de videos sin autorización, entonces un usuario puede hacer la correspondiente notificación<sup>19</sup>.

<sup>17</sup> Situación Digital, Internet y Redes Sociales Nicaragua 2020

<sup>18</sup> Situación Digital, Internet y Redes Sociales Nicaragua 2020 Fuentes: WE ARE SOCIAL, GlobalWebIndex, Statista, GSMSA Intelligence, App Annie, Similar Web, Locowise, Alexa

<sup>19</sup> “La forma más sencilla de eliminar copias no autorizadas de contenido protegido por derechos de autor es mediante la presentación manual de una notificación de derechos de autor a través de nuestro formulario web DMCA (Digital Millennium Copyright Act) webform. Esta herramienta es la mejor para la mayoría de los usuarios: está abierta a todos y está disponible en todos los idiomas”. (Cita Traducida: Reglas y Políticas de Derechos de Autor: Cómo YouTube puede ayudar creadores a manejar responsablemente su contenido)

The image shows a screenshot of the YouTube website's 'Copyright Infringement Notification' form. At the top, there is the YouTube logo and a search bar. Below this, the title 'Copyright Infringement Notification' is displayed in a blue header. The main section is titled 'What is the issue?' and contains a list of radio button options for selecting the type of infringement. The options are: 'Inappropriate content (Nudity, violence, etc.)', 'I appear in this video without permission', 'Abuse/Harassment (Someone is attacking me)', 'Privacy (Someone is using my image)', 'Trademark infringement (Someone is using my trademark)', 'Copyright infringement (Someone copied my creation)', and 'Other legal issue (including the circumvention of technological measures, such as providing keygens or serial numbers)'.

“YouTube está obligada a cumplir con las reclamaciones sobre derecho de autor en virtud de la **Ley del Derecho de Autor para el Milenio Digital** de Estados Unidos, una ley de 1998 que les exige a los intermediarios responder de inmediato a un aviso de violación del derecho de autor, retirando el contenido pertinente, sin pedir una evaluación de los argumentos del usuario respecto a su uso legítimo, según una revisión del Comité para Protección de Periodistas (Committee to Protect Journalist-CPJ)<sup>20</sup> sobre la ley y análisis jurídicos. Si la empresa no cumple con esto, puede perder su inmunidad frente a la responsabilidad jurídica por violación del derecho de autor”, expresa un artículo elaborado por Dánae Vilchez, corresponsal de CPJ para Centroamérica.

La **Digital Millennium Copyright Act (DMCA)** es la ley de Derechos de Au-

tor en la era digital, aprobada por el Presidente Bill Clinton en 1998. La ley implementa “dos tratados de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) de 1996: el Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor, y el Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas”.

La sección 512(c) de la DMCA crea la “**notificación por infracción**” de derechos de autor o mejor conocido en inglés “**takedown notice**”. Y la DMCA establece que: “al recibir la notificación adecuada de la infracción alegada, **el proveedor debe retirar o bloquear rápidamente el acceso al material**”<sup>21</sup>.

La misma ley también establece que “para protegerse contra la posibilidad de **notificaciones erróneas o fraudulentas**, ciertas salvaguardas están integradas en la sección 512.

<sup>20</sup> The Digital Millennium Copyright Act 1998.

<sup>21</sup> (Cita Traducida: Title II, the “Online Copyright Infringement Liability Limitation Act,” creates limitations on the liability of online service providers for copyright infringement when engaging in certain types of activities).



La subsección (g) (1) le da al suscriptor la oportunidad de responder a la notificación y el retiro (takedown notice) presentando una **contranotificación**<sup>22</sup>.

### Reclamo de Content ID:

Es cuando un usuario sube a la plataforma de YouTube un video que puede contener material protegido por derechos de autor, como **“música, películas, programas de TV, videojuegos, y otros materiales”**.

“Si subes un video que contiene material protegido por derechos de autor, podrías terminar con un reclamo de Content ID. Las empresas que poseen música, películas, programas de televisión, videojuegos u otro material protegido por derechos de autor emiten estos reclamos”.<sup>23</sup>

YouTube establece que el Reclamo de Content ID se activa automáticamente cuando un usuario ha insertado en su pieza “audio o video” que está siendo reclamado por un tercero u otro usuario que invoca derechos de autor. Los reclamos de Content ID generalmente significan que YouTube encontró “contenido de otra persona en tu canal de YouTube”<sup>24</sup>.

Según YouTube, algunos propietarios de derechos de autor podrían decidir

si “otros pueden reutilizar su material original”. También los propietarios de derechos de autor a menudo permiten que su contenido se use en videos de YouTube “a cambio de que se publiquen anuncios en esos videos”. De acuerdo a YouTube, los anuncios podrían reproducirse antes o durante el video ( si el video dura más de 8 minutos)

YouTube también advierte que si los propietarios de derechos de autor “no quieren que se reutilice su material, pueden tomar las siguientes acciones”:

- Bloquear un video<sup>25</sup>.
- Bloquear determinadas plataformas.

En los reclamos de Content ID, **los reclamantes “reciben los ingresos publicitarios”**. Pero en algunos casos, si fuese música lo que se reclama, YouTube expresa que es “posible compartir los ingresos publicitarios de derechos de autor de la música”

Además dentro de sus políticas, YouTube advierte que no “podrás monetizar un video que tenga un reclamo de Content ID”.

<sup>22</sup> (Cita Traducida: Title II, the “Online Copyright Infringement Liability Limitation Act,” creates limitations on the liability of online service providers for copyright infringement when engaging in certain types of activities).

<sup>23</sup> (Cita Traducida: ¿What is a content ID Claim?)

<sup>24</sup> (Cita Traducida: ¿What is a content ID Claim?)

<sup>25</sup> (Cita Traducida: ¿What is a content ID Claim?)



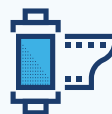
## ¿Qué puede hacer un usuario cuando recibe un Reclamo de Content ID?

Según YouTube existen diferentes acciones que puedes realizar, dependiendo de la situación:

1

### RECORTAR CONTENIDO<sup>26</sup>

Puedes eliminar el contenido reclamado de tu video



2

### ELIMINAR LA MÚSICA RECLAMADA =

“Si su video tiene un reclamo de derechos de autor por su música, puede haber restricciones sobre dónde está disponible el video o si se puede monetizar”<sup>27</sup>.



<sup>26</sup> Trim your videos

<sup>27</sup> Consigue música de la Biblioteca de Audio

**3**

### CAMBIAR LA MÚSICA —

En caso de que la música en tu video esté siendo reclamada, YouTube te brinda la oportunidad de cambiarla por una pista o track de música proveniente de su Biblioteca de Audio (Audio Library)

“Puedes usar la Biblioteca de audio de YouTube para conseguir música de producción que no exige el pago de regalías y usarla en tus videos” <sup>28</sup>

La Biblioteca de Audio o Audio Library de YouTube también brinda la opción de utilizar licencias de Creative Commons, o tracks (pistas) de royal-free production music equivalente a un pago único por licencia.

“Una vez que se reemplace el audio reclamado, el reclamo asociado se retirará automáticamente” <sup>29</sup>.

**4**

### COMPARTIR INGRESOS —



En caso de ser miembro del Programa YouTube Partners, “es posible que se pueda compartir ingresos con los Propietarios de los derechos de la música” <sup>30</sup>

—

### IMPUGNAR EL RECLAMO

**5**

En caso de que el usuario crea que se ha cometido un “error”, YouTube brinda la opción de impugnar el reclamo. YouTube expresa que antes de un iniciar una disputa, recomienda al usuario comprender cómo funciona el “uso legítimo” y el “dominio público”



**28** Consigue música de la Biblioteca de Audio





**29** ¿Cómo cambiar la pista de audio en video?

**30** What can I do about this claim?

## Copyright takedown

-  available to anyone
-  manually submitted by copyright owner
-  results in copyright strike
-  video removed from YouTube

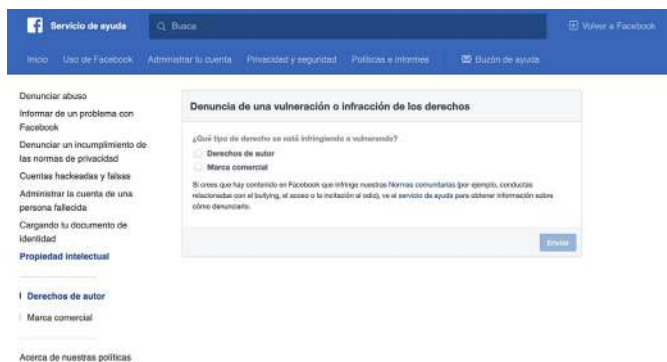
## Content ID

-  available to select YouTube partners
-  usually automated
-  results in Content ID claim (no strike)
-  owners track, block or monetize video

Según el capítulo de **YouTube Creators Academy**, la diferencia entre un reclamo de una **Notificación de Infracción de Derechos de Autor** y un reclamo de **Content ID**, es que este último es “un sistema de gestión de derechos de autor automatizado”. Además las reclamaciones “no pueden dar lugar a la suspensión o cancelación del canal” en la plataforma de YouTube.

### Notificación por infracción de Derechos de Autor- Facebook

Al igual que YouTube, Facebook facilita un formulario a sus usuarios en caso que estos consideren que un tercero está vulnerando sus derechos de autor:



The screenshot shows the Facebook Help Service page. The top navigation bar includes 'Inicio', 'Uso de Facebook', 'Administrar tu cuenta', 'Privacidad y seguridad', 'Políticas e informes', and 'Buzón de ayuda'. The main content area is titled 'Denuncia de una vulneración o infracción de los derechos'. It asks '¿Qué tipo de derecho se está infringiendo o vulnerando?' with options for 'Derechos de autor' (selected) and 'Marca comercial'. Below this, it states: 'Si crees que hay contenido en Facebook que infringe nuestras Normas comunitarias (por ejemplo, conductas relacionadas con el bullying, el acoso o la intimidación al odio), ve al servicio de ayuda para obtener información sobre cómo denunciarlo.' There is an 'Enviar' button at the bottom right of the form. On the left sidebar, there are links for 'Denunciar abuso', 'Informar de un problema con Facebook', 'Denunciar un incumplimiento de las normas de privacidad', 'Cuentas hackeadas y falsas', 'Administrar la cuenta de una persona fallecida', 'Cargando tu documento de identidad', 'Propiedad intelectual', 'Derechos de autor', and 'Marca comercial'.

Facebook informa que en caso de recibir una denuncia por infracción de propiedad intelectual, puede que tenga que “eliminar el contenido de la plataforma”, sin ponerse antes en contacto con el usuario denunciado o afectado. El usuario recibirá una “notificación de Facebook”, en el que incluye el “nombre y la dirección de correo electrónico del propietario de los derechos de autor” que habría presentado la denuncia. La notificación también incluye los “datos del contenido eliminado”.

Facebook informa que la presente acción cumple con “los procedimientos de notificación y retirada de contenido establecidos en la sección 512(c) de la **Digital Millennium Copyright Act (DMCA)** de Estados Unidos, que regula el contenido denunciado y eliminado como consecuencia de la infracción de derechos de autor en dicho país”.

Facebook advierte que la legislación de Derechos de Autor puede variar de país en país, y remite a sus usuarios para encontrar mayor información, a los dos siguientes sitios webs:

- **U.S. Copyright Office**- Oficina de Derechos de Autor de Estados Unidos.
- **Organización Mundial de la Propiedad Intelectual** (OMPI).

Facebook recuerda que “solamente las obras originales pueden estar sujetas a la protección de los derechos de autor. Para que una obra se considere original y, por consiguiente, pueda estar amparada por los derechos de autor, debe haber creado el propio autor y tener un nivel mínimo de creatividad”<sup>31</sup>.

Entre los tipos de obras que Facebook resalta están protegidos por derechos de autor, son las siguientes:

- **Visuales o audiovisuales:** videos, películas, programas y emisiones de televisión, videojuegos, pinturas y fotografías
- **Sonoras:** canciones, composiciones musicales, grabaciones de sonido y grabaciones de viva voz.
- **Literarias:** Libros, obras teatrales, manuscritos, artículos y partituras de música.

Según las **Condiciones del servicio** y las **Normas comunitarias** de Facebook, sólo puedes publicar contenido en la plataforma que no infrinja los derechos de propiedad intelectual de otras personas. Sin embargo, la misma red social está consciente en que “es posible que infrinjas los derechos de autor de otras personas al publicar su contenido en Facebook”, como en los siguientes casos:

**SOLAMENTE LAS OBRAS ORIGINALES PUEDEN ESTAR SUJETAS A LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE AUTOR.**

- Has grabado el contenido en un dispositivo propio (por ejemplo, una canción que suena de fondo en el contexto de una fiesta, un concierto, un evento deportivo, una boda, etc.).
- Has mencionado al propietario de los derechos de autor.
- Has incluido un descargo de responsabilidad en el que indicas tu intención de no infringir los derechos de autor.
- No pretendes obtener beneficio alguno.
- Has modificado la obra o añadido a ella material original propio.
- Has encontrado el contenido disponible en internet.
- Has visto que otras personas también han publicado el mismo contenido.
- Consideras que estás haciendo un uso legítimo del contenido.

Antes de publicar contenido en Facebook, pregúntate lo siguiente:

- ¿He creado yo todo el contenido?
- ¿Tengo permiso para utilizar todo el contenido que aparece en mi publicación?
- ¿El uso del contenido se podría clasificar como una excepción a la infracción de los derechos de autor?
- ¿El contenido está protegido por la ley sobre derechos de autor (por ejemplo, es una frase corta, una idea o una obra de dominio público)?

- Fuente: ¿Cómo puedo asegurarme de que el contenido que publico en Facebook no infringe la ley sobre Derechos de autor?

### Contra Notificaciones en YouTube y Facebook:

La plataforma de vídeos establece que una contranotificación “es una solicitud legal para que YouTube restablezca un video que se quitó por un presunto incumplimiento de los derechos de autor.”

YouTube dispone “conceptos básicos sobre las contra notificaciones” tales como:

- \* Debe de enviarla un agente autorizado como un abogado
- \* Enviar una contranotificación solo si se quitó el video debido a un error o que el contenido se identificó de forma incorrecta (incluido el uso legítimo).
- \* Si se quitó el video por un presunto incumplimiento de los derechos de autor, habrá que esperar a que venza la falta por incumplimiento de los derechos de autor, lo que suele suceder en un plazo de 90 días
- \* En caso que la cuenta recibiera varios incumplimientos de los derechos de autor, no se podrá enviar contra notificaciones. YouTube abre la posibilidad de enviar una contranotificación en formato libre.
- \* A continuación detallamos los requisitos del formato libre:

#### → Tu información de contacto

- Nombre legal completo (nombre y apellido, no el nombre de una empresa)
- Dirección de correo electrónico

- Dirección física
- Número de teléfono

#### → Identificación de URL específicas

#### → Debes de aceptar e incluir la siguiente afirmación:

“Me someto a la jurisdicción del Tribunal del Distrito Federal del distrito en el que se encuentra mi dirección. Si mi dirección está fuera de Estados Unidos, entonces aceptaré la autoridad del distrito judicial en el que se encuentra YouTube y aceptaré recibir notificaciones de actos procesales de parte del demandante”

#### → Y la siguiente afirmación:

“Juro, bajo pena de falso testimonio, que creo de buena fe que la eliminación del material o la prohibición de acceso a este se ha debido a un error o a una identificación errónea del material en cuestión”.

#### → Tu Firma

#### → Declaración para el Solicitante

De igual forma, las políticas de YouTube advierten que antes de enviar la **contranotificación**, el usuario debería de tener en cuenta **otros aspectos** como:

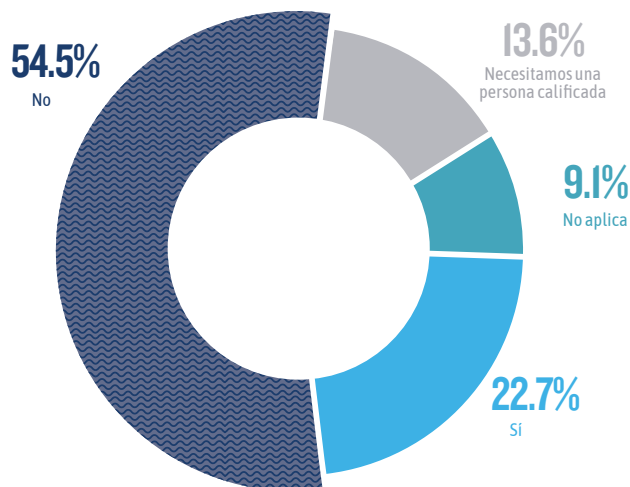
- ¿Quién es el propietario del contenido o video?

- ¿Tienes pruebas que demuestren que tienes la licencia o el permiso para usarlas?
- ¿Tu contenido está protegido por el **uso legítimo**, el trato legítimo o una excepción similar a los derechos de autor?
- ¿El contenido es de dominio público?

Y finalmente, **¿Puede YouTube determinar la propiedad de los derechos de autor?** YouTube mismo responde a esta interrogante que: “no puede mediar las disputas de propiedad de derechos. Cuando recibimos una notificación de eliminación completa y válida, quitamos el contenido de conformidad con la ley. Cuando recibimos una contranotificación válida, se la reenviamos a la persona que solicitó la eliminación. Después de esto, las partes involucradas deben resolver el conflicto en un tribunal”<sup>32</sup>.

Es importante destacar que la encuesta en línea con periodistas reveló que, en cuanto a las reclamaciones de YouTube, el **54% de los encuestados no cuentan con una persona calificada para elaborar una contranotificación a YouTube**, un reclamo de Content ID Claim, o responder a reclamos Manuales generados por denuncias de derechos de autor. El 13% de los consultados dijo **“necesitamos una persona calificada”**.

### ¿CUENTA SU MEDIO CON UNA PERSONA CALIFICADA PARA ELABORAR UNA CONTRANOTIFICACIÓN A YOUTUBE, UN RECLAMO DE CONTENT ID CLAIM, O RESPONDER A RECLAMOS MANUALES?



### Apelación o Contranotificación de contenidos eliminados en Facebook:

Facebook establece que, cuando recibe “una contranotificación válida en virtud de la **DMCA**”, informa que la reenvía a la “parte que ha denunciado el contenido”. Facebook espera la respuesta del denunciante del contenido, y si el denunciante “no les avisa de que ha emprendido acciones judiciales para que se siga restringiendo el acceso al contenido”, entonces la plataforma establece que restaurará el contenido denunciado, en base a una **“contranotificación válida de la DMCA”**. El proceso puede durar hasta “14 días laborables”<sup>33</sup>.

<sup>32</sup> ¿YouTube puede determinar la propiedad de los derechos de autor?

<sup>33</sup> ¿Cómo tramita Facebook las contranotificaciones de la Digital Millennium Copyright Act (DMCA) de Estados Unidos?



## Uso Legítimo en YouTube y Facebook:

Es importante destacar que las políticas sobre Derechos de Autor de la plataforma de YouTube y Facebook advierten a los usuarios que, antes de elaborar o enviar una **Notificación de Infracción de Derechos de Autor**, el usuario debería de “**considerar si se aplica el uso legítimo**” en el video sobre el cual está notificando se habría registrado la supuesta infracción de derechos de Autor.

“El uso legítimo es un criterio jurisprudencial desarrollado en el sistema del derecho anglosajón (o *common law*), una ley de los Estados Unidos **que permite la reutilización de material protegido por derechos de autor en ciertas circunstancias sin obtener el permiso del propietario de los derechos de autor**. Sin embargo, el uso legítimo se determina caso por caso, y diferentes países tienen diferentes reglas sobre cuándo está bien usar material sin el permiso del propietario de los derechos de autor. En los EE. UU., los trabajos de comentarios, críticas, investigación, enseñanza o **informes de noticias** pueden considerarse un uso legítimo, pero puede depender de la situación”<sup>34</sup>.

La plataforma de videos YouTube describe el **Uso Legítimo** como “una doctrina legal que expresa que se puede reutilizar material protegido por derechos de autor

bajo ciertas circunstancias sin obtener el permiso del propietario de los derechos de autor”<sup>35</sup>. Mientras que Facebook se refiere al Uso Legítimo como “Uso leal”<sup>36</sup> dentro de las excepciones a los derechos de Autor.

La propia Ley de Derechos de Autor de Estados Unidos, Copyright Act de 1976, sobre las que se basan las reglas y políticas de YouTube, define el Uso Legítimo, de la siguiente manera: “El uso Legítimo de una obra protegida por derechos de autor, incluido el uso por reproducción en copias o fonogramas o por cualquier otro medio especificado por esa sección, para fines tales como críticas, comentarios, **informes de noticias**, enseñanza (incluidas copias múltiples para uso en el aula), becas, o investigación, **no es una infracción de derechos de autor**. Al determinar si el uso que se hace de una obra en un caso particular es un uso justo, los factores a considerar incluirán...”<sup>37</sup>

En los Estados Unidos el Uso Legítimo o FairUse es analizado y determinado por un Juez en los Tribunales.

1. **El propósito y el carácter del uso del material, incluso si dicho uso es de naturaleza comercial o con fines educativos sin fines de lucro;**
2. **La naturaleza o “características” del material protegido por derechos de autor: “El uso de obras fácticas, como**

<sup>34</sup> (Cita Traducida: What is Fair Use? Rules and Policies-YouTube)

<sup>35</sup> (Cita Traducida: Fair Use in YouTube)

<sup>36</sup> ¿Qué es el uso leal y qué otras excepciones a los derechos de autor existen? Derechos de autor-Facebook

<sup>37</sup> (Cita Traducida de Section 107 del Copyright Act o Ley de Derechos de Autor de Estados Unidos)



*mapas o bases de datos, tiene más probabilidades de ser legítimo que el uso de obras con un elevado nivel creativo, como poemas o películas de ciencia ficción”<sup>38</sup>.*

- 3. La cantidad y sustancia de la parte utilizada en relación con la totalidad de la obra protegida por derechos de autor:** *“El uso de fragmentos pequeños de una obra sujeta a derechos de autor tiene más probabilidades de ser legítimo que la copia de una obra completa. No obstante, aun cuando sólo se utiliza un fragmento pequeño, existen menos probabilidades de que el uso sea legítimo si se emplea la parte más importante, el “corazón” de la obra”<sup>39</sup>.*
- 4. El efecto del uso sobre el posible mercado o valor de la obra con derechos de autor**<sup>40</sup>

Es importante destacar que la encuesta en línea reveló que si bien un 68.2% de los periodistas dice conocer las reglas establecidas por las plataformas digitales (sitio web, YouTube, Instagram, Facebook, Twitter), más del 45% de los encuestados en el sondeo en línea señalaron “no conocer” o “no estar seguro/a”

de conocer el término y la doctrina del Uso Legítimo o FairUse. Disponer y manejar este conocimiento es vital para “la reutilización de material protegido por derechos de autor bajo ciertas circunstancias sin obtener el permiso del propietario de los derechos de autor”, según las normas o políticas de derechos de autor de YouTube.

**ANTES DE ELABORAR O  
ENVIAR UNA NOTIFICACIÓN  
DE INFRACCIÓN DE  
DERECHOS DE AUTOR,  
EL USUARIO DEBERÍA DE  
“CONSIDERAR SI SE APLICA  
EL USO LEGÍTIMO”**

<sup>38</sup> ¿Qué es el uso leal y qué otras excepciones a los derechos de autor existen? Derechos de autor-Facebook

<sup>39</sup> ¿Qué es el uso leal y qué otras excepciones a los derechos de autor existen? Derechos de autor-Facebook

<sup>40</sup> Section 107 Copyright Act- Limitations on exclusive rights: Fair use, Uso Legítimo en YouTube, Fair Use in YouTube

## PAUTAS PARA ACUERDOS DE COLABORACIÓN



A partir de abril de 2018, los periodistas y medios de comunicación independiente en Nicaragua se cohesionan para hacer frente a los embates represivos del gobierno de Daniel Ortega, y de esa forma también para sortear la censura impuesta. En ese contexto, como una relación causa y efecto contra la censura, los medios iniciaron una dinámica que bautizaron como periodismo “colaborativo”. Consistió no solo en arroparse mutuamente en coberturas en la calle, sino en el intercambio de materiales informativos.

El intercambio funcionó bien con materiales propios de plataformas tradicionales, como televisión y radio. Sin embargo, con el advenimiento de las confiscaciones de medios de comunicación, y el cierre de los espacios informativos tradicionales, muchas redacciones volcaron todos sus esfuerzos a las plataformas digitales, mientras nacieron otros medios como nativos digitales. Aunque el periodismo colaborativo se mantuvo como regla entre colegas críticos al gobierno, pronto la dinámica empezó a causar ruido, sobre todo por los problemas de sostenibilidad que implica operar totalmente como un medio de comunicación digital.

La colaboración periodística es entendida entre los medios de comunicación desde un concepto muy básico: la republicación de artículos o reportajes de terceros en sus plataformas digitales. Esto no quiere decir que no existieran esfuerzos llamativos de periodismo colaborativo, en el que dos o más redacciones invirtieron esfuerzos para la realización de una historia. Sin embargo, la tónica que prevaleció fue la del Copy-paste (copiar y pegar) de contenidos. Cuando las redacciones entendieron que los clicks son elementos de crecimiento primordiales en las plataformas digitales (y algo ligado a la sostenibilidad), quedó en evidencia no solo el descontento por el uso indebido de material, sino la necesidad de un mecanismo que regule esta actividad. El 100% de los medios de comunicación evaluados para este manual aseguraron que han republicado contenidos ajenos. Aunque los manuales de la mayoría de los medios digitales del mundo recomiendan reseñar o escribir una síntesis de investigaciones o informaciones de terceros para retomarlas en las plataformas propias, y redireccionando con enlaces, la encuesta revela que esa práctica sólo es ejercida por un 18% de los consultados. Esta pregunta se planteó de forma capciosa y expone que los contenidos ajenos son tomados por los medios casi en su toda su integridad. Eso es una práctica y costumbre que tiende a ser desleal, y afecta el llamado **enlace canónico**.

Aunque el 95% de los encuestados aseguran que dan el debido crédito a los materiales que toman de otros medios, lo cierto es que en la práctica se observa que se comparten contenidos íntegros y no se redirecciona a las publicaciones originales.

En el caso de las investigaciones exclusivas de otros medios de comunicación, la variante de atribuciones es casi igual. Y se trata de casos delicados, porque son investigaciones periodísticas en las que otros medios de comunicación invierten recursos humanos, económicos y técnicos, y esperan un impacto que pueda medirse en sus sitios webs. Sin embargo, cuando otros medios de comunicación las reproducen de forma inadecuada, dichos derechos intelectuales y patrimoniales se ven afectados directamente.

En este particular, las respuestas dadas por los encuestados deja entre ver la gran brecha en este sentido. Apenas un 9.1% escribe un artículo/nota basado en una investigación. Y solo un 22.7% la reseña versus a un 22.7% que copia las investigaciones de forma íntegra. 45.5% declara que usa “otra manera”, pero no las detallan.

**EL 100% DE  
LOS MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN  
EVALUADOS PARA  
ESTE MANUAL  
ASEGURARON  
QUE HAN  
REPUBLICADO  
CONTENIDOS  
AJENOS.**

## LA MAYORÍA DE LOS NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN INDEPENDIENTES NACIDOS A PARTIR DE ABRIL NO CUENTAN CON FOTÓGRAFOS EN SUS STAFF

Otro problema que se ha suscitado es referido a las fotografías. La mayoría de los nuevos medios de comunicación independientes nacidos a partir de abril no cuentan con fotógrafos en sus staff. Así que es común que se usen en mayor medida fotografías de otros medios de comunicación, y no dan el crédito correspondiente --ni al medio o al fotógrafo--, naturalizando esta práctica. 36.4% de los encuestados admite usar en sus plataformas fotografías ajenas, y un 50% lo admite “en algunas ocasiones”.

En el tema de las imágenes, un dato importante es que el 95% de los encuestados no pagan un servicio de fotografías a agencias internacionales. La práctica demuestra que muchas veces usan imágenes de agencias

como EFE, Reuters o AFP, exponiéndose a demandas legales internacionales por infringir usos de autor y usar un servicio por el que no están pagando. En el caso de las imágenes televisivas, los medios independientes también se arriesgan a usar material de cadenas internacionales, lo que también abre espacio para demandas internacionales

o penalización de las plataformas digitales. Se recomienda que los medios

de comunicación puedan en alguna medida pagar un servicio o firmar un contrato colaboración-transmisión con cadenas públicas internacionales (DW, BBC o VOA) para no quedar expuestos. La mayoría de los medios de comunicación tampoco cuentan con acuerdos de colaboración escritos, y en algunos de los casos se tratan de acuerdos verbales entre ellos.

A continuación proponemos una serie de pautas para construir acuerdos de colaboración entre medios de comunicación independientes: Los acuerdos de colaboración periodística son alianzas necesarias y estratégicas que se materializan en instrumentos jurídicos que permiten a los periodistas y/o medios de comunicación:

- Autorizar el uso del contenido de terceros;
- Compartir contenidos, artículos, imágenes, e incluso sus recursos materiales y humanos.

Se requiere de un acuerdo de colaboración periodística para evitar por un lado el “plagio” que supone el tomar contenido de un medio sin autorización y presentarlo como propio, y por otro lado --y dependiendo del alcance del acuerdo-- la colaboración se presenta como una oportunidad para desempeñar la función periodística con calidad,

ética y responsabilidad, en un momento en que los periodistas y medios de prensa independientes están sometidos a grandes presiones y riesgos.

Entre las formas de colaboraciones periodísticas más comunes, se señalan<sup>41</sup>:

- **“...Contenido compartido.** Compartir fotos, audio, video u otro tipo de contenido. Normalmente consiste en que un medio de prensa comparte una foto u otro tipo de contenido con otro medio, para que lo emplee en su propia cobertura de una noticia. El material se emplea del modo acordado por ambas partes con los correspondientes créditos de autor e hipervínculos a la fuente.
- **Distribución de contenido.** Hacer llegar el contenido de los socios al público propio. Una de las modalidades de colaboración más poderosas y que exige un mínimo de esfuerzo adicional. Es compartir tu contenido con otros medios para que lo publiquen en sus plataformas. Para medios pequeños y locales es una forma de hacer llegar su trabajo a un público más amplio. También puede ser una vía de emplear los recursos disponibles de manera más estratégica, en dependencia del nivel de coordinación que exista.
- **Cobertura coordinada.** Cubrir estratégicamente una historia de gran envergadura para optimizar el despliegue de recursos. Vivimos en una era periodística de grandes historias, donde el volumen y la complejidad de los datos se incrementan por día. Cada vez se torna más difícil cubrir en solitario los temas más complejos a profundidad. Coordinar una cobertura entre varias redacciones para lograr un tratamiento a fondo de un tema que preserve la perspectiva local es una forma de colaboración de alto impacto.
- **Contribución compartida para obtener un producto mayor.** Aportar trabajo individual a un proyecto mayor que no sería posible crear en solitario. Otra modalidad de periodismo colaborativo es aportar contenido a la creación de un proyecto mayor, algo que es más común en medios públicos.
- **Revisión por pares.** Revisar coberturas complicadas, como las que emplean conjuntos de datos complejos. En periodismo de datos es difícil emplear las técnicas tradicionales de verificación y es común que los medios más pequeños no tengan suficiente personal con las habilidades necesarias para validar la metodología y los datos.
- **Cobertura en paralelo.** Cada uno de los socios trabaja para publicar su propio producto. Esta modalidad, menos laboriosa que la cobertura

<sup>41</sup> Pistas para practicar periodismo colaborativo en Nicaragua <https://literalni.com/noticias/158-claves-del-periodismo-colaborativo-y-pistas-para-practicarlo-en-Nicaragua>

conjunta, la hemos ubicado aparte porque, aunque los medios se asocian para cubrir la misma historia, trabajan para crear productos diferentes. Esta forma de colaboración es más conveniente para medios que tienen distintas plataformas, como una estación de radio y un periódico impreso.

- **Cobertura conjunta.** Periodistas de diferentes medios trabajan juntos en un mismo producto final. A diferencia de la cobertura en paralelo, esta modalidad consiste en colaborar directamente para crear un único producto.
- **Remisión a fuentes.** Ayudar a tus socios a encontrar fuentes expertas. Todo periodista tiene en su lista de contactos expertos a quienes acude para consultas sobre políticas, contextos, hechos. Ayudar a tus colegas a encontrar esas fuentes valiosas es un tipo de colaboración sencilla.
- **Periodista compartido(a).** Combinar recursos para compartir el costo de contratar a un reportero(a) para cubrir un tema o lugar específico.
- **Distribución de emergencia.** Servir como una red de seguridad o respaldo a redacciones/periodistas en áreas/situaciones donde no les sea permitido publicar o no puedan hacerlo sin arriesgar su seguridad. Esta modalidad exige altos niveles de

confianza y comunicación de todas las partes involucradas, pero puede resultar de gran impacto, especialmente para medios pequeños.

- **Integración de recursos administrativos.** Optimizar recursos administrativos para apoyar o financiar mejor el trabajo reporteril. Esta modalidad es parecida a la de compartir periodistas, pero es una asociación más compleja y a más largo plazo.
- **Organización conjunta de eventos.** Varios medios planifican y gestionan un evento noticioso. Esta es un área donde diferentes medios de la misma comunidad pueden sobresalir uniéndose para brindar un nivel de cobertura mucho mejor para sus públicos mediante la organización de eventos noticiosos en la comunidad.
- **Demandas judiciales/ solicitudes de información coordinadas.** Apoyo mutuo entre medios/ periodistas independientes para hacer solicitudes de información.
- **Capacitación en áreas especializadas.** Compartir los conocimientos de una redacción mediante cursos de capacitación. Los medios de prensa suelen cultivar profesionales y equipos con excelentes habilidades en áreas específicas. Organizar talleres de capacitación para ayudar a transmitir esas habi-

lidades a colegas de otros medios es una forma de mejorar la calidad del periodismo que hacen...”.

### ¿Qué debe contener un acuerdo de colaboración?

Las colaboraciones periodísticas pueden ser diseñadas en la medida que las partes lo requieran, en cuanto a los componentes y alcances. En consecuencia, no existe un solo formato de acuerdo de colaboración periodística, pero al menos debe de contener:

- \* Una parte considerativa en la que se expresan las motivaciones y se identifiquen las fortalezas, capacidades y necesidades de cada organización participante y lo que cada una puede aportar.
- \* El objetivo de la colaboración y el alcance del proyecto.
- \* La cesión de los derechos patrimoniales del autor.
- \* El monto o precio de la colaboración.
- \* El plazo del acuerdo.
- \* La resolución de conflictos que pudiesen surgir.
- \* Otras disposiciones dependiendo del alcance de la colaboración, tales como:

→ la forma en que se gestionará el liderazgo del proyecto y apoyo a los equipos;

→ criterios de evaluación del éxito de la colaboración; determinar si se necesitará apoyo adicional;

→ el acuerdo sobre el alcance y los detalles.

Uno de los aspectos más relevantes del acuerdo de colaboración es la cesión de los derechos patrimoniales del autor, cuando a través de la colaboración se autoriza el uso de contenidos (escritos, videos, fotografías, artículos, crónicas, entrevistas y cualquier otro producto informativo). Esta cesión de derechos o licencias de explotación, se encuentra regulada en la Ley de Derechos de Autor y su Reglamento, estableciendo una serie de límites y beneficios para proteger a los autores y que son irrenunciables (Art. 55). Entre estas señalamos las siguientes:

**Objeto de la cesión:** Pueden ser cedidos uno, varios o todos los derechos de explotación de la obra que asisten al autor. Son nulas las cesiones de derechos de explotación respecto del conjunto de las obras que pueda crear el autor en el futuro y las estipulaciones por las que el autor se comprometa a no crear alguna obra en el futuro. La transmisión de los derechos de explotación no alcanza a las modalidades de utilización o medios



de difusión inexistentes o desconocidos al tiempo de la cesión (Art. 43).

**Tiempo:** La cesión de derechos es de carácter temporal. A falta de mención expresa la cesión se entiende realizada por cinco años y limitada al ámbito territorial del país de la cesión.

**Exclusividad:** El autor podrá conceder licencias cediendo sus derechos patrimoniales con o sin exclusividad.

a. La cesión en exclusividad deberá estipularse expresamente en el contrato concertado entre el autor y el titular de la licencia. Atribuye a su titular la facultad de explotar la obra con exclusión de otra persona, comprendido el autor, y, salvo pacto en contrario, la de conferir autorizaciones no exclusivas a terceros (Art. 51).

b. La cesión no exclusiva autorizará al titular de la licencia a realizar, de la forma que le esté permitido, los actos a los que ésta hace referencia, al mismo tiempo que el autor y demás titulares de licencias no exclusivas.

**Formalidad:** Toda cesión debe formalizarse por escrito. Si previo requerimiento fehaciente, el cesionario incumple esta exigencia, el autor puede optar por la resolución del contrato.

**Remuneración:** La cesión otorgada por el autor a título oneroso le confiere una participación proporcional en los ingresos de la explotación, en la cuantía convenida con el cesionario.

En el caso de una obra realizada por un actor por cuenta de un “empleador” o “Contratante”, en el marco de un contrato de trabajo y de su empleo, salvo disposiciones en contrario del contrato, el primer titular de los derechos morales y patrimoniales será el autor, pero los derechos patrimoniales sobre dicha obra se considerarán transmitidos al empleador en la medida justificada por las actividades habituales del empleador en el momento de la creación de la obra. En las obras por encargo los derechos corresponderá al empleador, salvo pacto en contrario. (Art. 52).

## **LAS COLABORACIONES PERIODÍSTICAS PUEDEN SER DISEÑADAS EN LA MEDIDA QUE LAS PARTES LO REQUIERAN, EN CUANTO A LOS COMPONENTES Y ALCANCES**

## CÓMO ATRIBUIR Y CITAR CORRECTAMENTE



**S**i quiere poner citas de un experto que ha entrevistado otro medio de comunicación, el autor de un blog o un artículo de opinión, siempre debe poner las citas entrecomilladas y colocar un enlace a la entrevista. Además de poner el nombre del autor, cite siempre el nombre del medio o sitio web que publicó la información original.

Inserte el enlace hacia la página web propietaria del texto, no basta con citar o enlazar a la página central. Debe redireccionar al texto original.

### EJEMPLO I

La administración de Salvador Sánchez Ceren operó para que la pandilla más numerosa del país, la Mara Salvatrucha-13, se dividiera, y así darle fuerza a una nueva estructura criminal: la 503. **Así lo señala un artículo publicado este miércoles 30 de agosto por el periódico digital El Faro.** La publicación asegura además que esta medida fue apoyada por las autoridades aun cuando sabían que una división en la pandilla significaría un incremento en los homicidios.

A pesar del incremento de homicidios que el mismo gobierno atribuye a la división al interior de la MS-13, el plan de dividirla no ha cuajado del todo. **Carlos Martínez, periodista de El Faro** y autor de la publicación, asegura que esa “no ha sido una gesta exitosa, como lo fue la de los Revolucionarios en el Barrio 18”.

*“Una pandilla no puede ser pandilla si no tiene su propio territorio. Yo no he podido comprobar que haya canchas que ya se consideren 503. Y otro elemento: la cadencia de muertos de este año no me describe una pelea interna en la MS. O al menos no lo describe de una manera obvia”, analiza Martínez.*

Los textos en negritas, en la republicación de Factum, redireccionan a la publicación original realizada por El Faro. En cursiva encontramos entrecomillada una cita del autor que Factum reseña.

Lea la nota completa en Factum a partir de la investigación realizada por El Faro.

## EJEMPLO 2

Un artículo del **The Washington Post**, que se publicó en junio, detalla una revisión federal que encontró que pruebas y procedimientos de laboratorio defectuosos causaron demoras en la implementación del programa de test de los CDC.

En este ejemplo, al igual que el anterior, se cita con total claridad el nombre del medio de comunicación. Nunca utilice términos genéricos para referir fuentes externas: *“declaró a un medios de comunicación”*.

### Ten en cuenta:



Es importante destacar que algunos medios de comunicación deben emitir consentimiento, preferiblemente por escrito, que permita la reproducción parcial o completa de su material. Aún citando de manera correcta, hay que asegurarse que el medio original no requiere de una solicitud especial de uso.

Bajo ninguna circunstancia deberá **re-publicarse** un artículo o reportaje completo de otro medio de comunicación, a menos que se tenga el consentimiento expreso del dueño de la información.

Al momento de reseñar información de terceros, es necesario remarcar en la reseña la fuente de forma reiterada y no contar toda la historia, sino dejar un gancho para que el internauta visite el sitio original donde la información fue publicada originalmente.

### Aquí algunos tips de Esther Vargas, directora de Clases de Periodismo:

1. Mencionar a la fuente original y Linkearla. El hipervínculo, esencia de la red desde sus inicios, debe llevar a la historia que inspiró la nota y no a la web. Es la mejor forma de dar a

la audiencia el verdadero insumo de la información.

2. Si la fuente es el dato de un periodista en Twitter, Facebook, Instagram o Tumblr, o Pinterest, o cualquier plataforma social, lo correcto es mencionarlo de manera destacada las veces que sea necesaria, incluso antes de empezar el texto. (Dato de ...)
3. Las negritas sin hipervínculos es una manera bien tramposa de dar crédito a una fuente. Lo mismo cuando la ponen en cursiva al final de la información.
- 4.. Si se traduce un texto, lo correcto es mencionar a la fuente original e incluso intentar ir más allá. Buscar la investigación, el estudio o el informe que generó un post. Esa debe ser la tarea de este periodista digital curador. Podemos dar más que el sitio original, pero no robarnos el crédito. Y de preferencia citar al autor de la nota original.
5. Twitter, Facebook, Instagram, Google Plus y Vine, así como YouTube, para mencionar solo a las redes sociales más populares permiten incrustar (embed) el contenido. Embed (o incrustar) el tuit que generó nuestra historia es una buena manera de hacer agregaduría de contenido respetando a la fuente.

### **Cómo citar imágenes, fotografías o videos**

Debes tener el consentimiento o permiso explícito, preferiblemente por escrito, del autor de la fotografía o el medio de comunicación y citar al pie de la foto con su nombre junto al medio para el cual realizó la fotografía.

En caso que las fotografías no se puedan utilizar o publicar, lo más recomendable es buscar material bajo licencia Creative Commons. También debes tener cuidado y revisar bien el tipo de licencia.

Las licencias Creative Commons son modelos de contratos que sirven para otorgar públicamente el derecho de utilizar una publicación protegida por los derechos de autor. Entre menos restricciones implique una licencia, mayores serán las posibilidades de utilizar y distribuir un contenido. Existen seis tipos de licencias que nos permite compartir, modificar y usar con fines comerciales. **Consulte el sitio web de Creative Commons** para más información.

Usted puede realizar búsquedas en **Google Images** y **Flickr** bajo estos parámetros:

**BAJO NINGUNA CIRCUNSTANCIA DEBERÁ REPUBLICARSE UN ARTÍCULO O REPORTAJE COMPLETO DE OTRO MEDIO DE COMUNICACIÓN**

### EJEMPLO 3



Foto por Jakob Christensen/CC/Flickr

Cuando utilizamos fotografías bajo licencia Creative Commons, siempre citamos el nombre del autor, más la abreviación CC (Creative Commons) y seguido del sitio de descarga. Es opcional colocar un enlace que redirija: Ver fotografía original.

#### Citar publicaciones de redes sociales:

Las plataformas en redes sociales permiten insertar las publicaciones a nuestros sitios web, solo se debe comprobar con el área técnica que nuestra página soporte los frames de redes sociales.

No se deje llevar por el número de seguidores de las cuentas, haga el ejercicio básico y fundamental del periodista: **verificar la información.**

Al insertar una publicación de Twitter, Facebook o Instagram se generan los nombres de usuario y fotografías de los

autores originales. Así que es válido retomar este recurso y utilizarlo en nuestras notas o reportajes.

O puede realizar una captura de pantalla de la publicación e insertarla a su publicación, esto nos ayuda a no perder el recurso en caso de ser eliminada la publicación original.

#### Cómo citar en YouTube:

En todo caso podemos utilizar dos formas de citar o retomar un material audiovisual alojado en YouTube u otra plataforma de videos.

1. **Insertar a través de Embed:** YouTube ofrece un frame de código que podemos incrustar en nuestros sitios web. La opción la encontramos en el botón Compartir (Share) y luego Insertar (Embed).
2. **Hacer una búsqueda con filtro:** En el buscador de YouTube escribimos una palabra clave del contenido que queremos tomar y luego de darle "Buscar", nos aparecerá abajo un icono de filtro. Damos click y nos desplegará varias opciones. En Características (Features) seleccionamos Creative Commons. Debemos verificar los videos en la descripción y asegurarnos que dicen: Creative Commons Attribution license.

# CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



## CONCLUSIONES

1. La encuesta revela que existe **desconocimiento sobre el tema de derechos de autor** en general (54% de los consultados), así como un desconocimiento mayor (68.2%) sobre el tema de la protección de los trabajos periodísticos. Conocer qué protege la Ley de Derechos de Autor, y sobre todo en lo referente a trabajos periodísticos en Nicaragua, es importante a la hora de responder una notificación de supuesta infracción de derechos de autor en plataformas de video como YouTube.
2. La obra periodística está protegida por el Derecho de Autor **siempre que sea original y creativa**.
3. El autor de la obra (incluyendo la noticiosa con originalidad) siempre **conserva sus derechos morales sobre la misma**, por lo tanto, quien haga uso de esta en cualquier forma (a través de links o framing), deberá respetar dichos derechos con la correspondiente atribución de su autoría y de la fuente.

4. Los derechos patrimoniales (reproducción, distribución, comunicación pública y transformación), **son del autor y pueden ser cedidos**. En el caso del uso de links y framing, dependiendo del caso, se requerirá no solo la autorización previa del autor de la obra, sino también, la retribución correspondiente, especialmente si existe el ánimo de lucro. Esto último se logra a través de acuerdos de colaboración o bien a través de cesión de derechos en forma exclusiva o no, temporal o permanente.
5. La encuesta en línea practicada en el proceso de elaboración del presente manual, encontró además que si bien un 68.2% de los periodistas conoce las reglas establecidas por las plataformas digitales (sitio web, YouTube, Instagram, Facebook, Twitter) para compartir y usar información de terceros, **la mayoría de los medios de comunicación independientes carecen de protocolos** para proceder en este particular. Sólo tres medios independientes confirmaron de tener acuerdos, unos escritos y otros verbales con otros medios de comunicación.
6. Pese a que Nicaragua tanto la Constitución y la Ley de Acceso a la Información pública garantizan los derechos a la información veraz y a la información pública, estos derechos no son, ni han sido respetados por el gobierno de Daniel Ortega y Rosario Murillo en la última década. El sondeo en línea evidenció la **falta de acceso a la información en los últimos diez años** durante los tres períodos consecutivos del gobierno de Ortega. Más del 72% de los periodistas encuestados respondieron no tener acceso o ser invitados a cubrir actividades gubernamentales o estatales a partir de enero del 2007, cuando Daniel Ortega regresó al poder.
7. La falta de acceso a la información pública se evidencia cuando más del **77% de los encuestados confirmó que su medio de comunicación tampoco tiene acceso a brindar cobertura periodística**, ni es invitado a cubrir actividades gubernamentales, tales como ruedas de prensa o **discursos oficiales** del Presidente Daniel Ortega y la vicepresidenta Rosario Murillo.
8. El entorno virtual, sobre todo las redes sociales, se han convertido en canales de salida y distribución determinantes para la producción noticiosa de medios nativos digitales y medios tradicionales. Los medios se han convertido en la marcha en medios digitales desde el exilio y dentro de Nicaragua. De ahí que la mayoría de los medios independientes consultados, es decir **más de 95%, disponen o han creado un canal de YouTube**.



9. A partir del 2019, **el Gobierno de Daniel Ortega y Rosario Murillo impulsa una nueva estrategia gubernamental de usar los mecanismos de derechos de autor** (YouTube el caso más usado) para boicotear a medios de comunicación independientes. Medios afines al gobierno que funcionan bajo figuras jurídicas privadas (Canales de televisión 4,8,13) han denunciado por supuestas “infracciones de derechos de autor” a medios independientes, sobre todo antes las redes sociales como YouTube y Facebook.
10. Los resultados del sondeo reflejan la necesidad de **fortalecer los conocimientos de los medios y periodistas independientes en cuanto al uso de imágenes**, tanto en base al marco jurídico del país como a las condiciones de derechos de autor que establecen todas las plataformas digitales, ya que establecen el uso legítimo (Fair use).
11. Más del 45% de los encuestados en el sondeo en línea señalaron “no conocer” o “**no estar seguro/a**” de **conocer el término y la doctrina del Uso Legítimo o Fair Use**. Disponer y manejar este conocimiento es vital para “la reutilización de material protegido por derechos de autor bajo ciertas circunstancias sin obtener el permiso del propietario de los derechos de autor”, según las normas o políticas de derechos de autor de plataformas digitales como YouTube y Facebook.
12. La mayoría de los periodistas encuestados, es decir un 54% de los encuestados, **no cuentan con una persona calificada para elaborar una contra-notificación a YouTube, un reclamo de Content ID Claim**, o responder a reclamos Manuales generados por denuncias de derechos de autor; y el 13% de los consultados dijo “necesitamos una persona calificada”.

## RECOMENDACIONES

1. **Continuar impulsando procesos de fortalecimiento de conocimientos y capacitaciones en línea** para los Medios socios del Programa de Medios de la Fundación Violeta B. de Chamorro sobre tres importantes áreas que se complementan entre sí:
  - Marco jurídico Local y/o Nacional,
  - Acceso a la Información pública y Uso legítimo (Fair Use); y
  - Buenas prácticas de atribuciones y colaboraciones entre medios de comunicación independientes.
2. **Verificar que el contenido, imagen o video a utilizar no se encuentre dentro de la categoría de obra protegida por el derecho de autor.** Y en caso de que el contenido esté protegido por derecho de autor, contar con un acuerdo firmado que respalde el uso del contenido.

3. En caso de utilizar extractos y/o sound bites de video provenientes de cadenas oficiales del Presidente Daniel Ortega y Vicepresidenta Rosario, utilizar material como primera opción el Estatal Canal 6, y como segunda opción del El 19 digital, por tanto que en YouTube se declara como **“el portal oficial del Gobierno de Nicaragua”**. Siempre invocar el “Uso legítimo” al momento de usar y reproducir contenido de cara a transformarlo en una pieza noticiosa.
4. En caso de utilizar la señal de video canal 4, **siempre tener de respaldo el comunicado oficial de TELCOR**, donde obliga a las televisoras a transmitir de forma íntegra las comparecencias del Presidente Daniel Ortega. Siempre invocar el “Uso legítimo” al momento de usar y reproducir contenido de cara a transformarlo en una pieza noticiosa.
5. El equipo multidisciplinario también recomienda a medios y periodistas diseñar y **elaborar una especie de “Disclaimer” o “Aviso y/o Descargo de Responsabilidades”** para ubicar en cada emisión noticiosa o reportaje que se utilice extractos de comparecencias oficiales del Presidente y Vicepresidenta, cadenas nacionales

establecidas y obligadas por el propio TELCOR. Los medios y periodistas pueden informar de previo y al final del reporte noticioso, por ejemplo, lo siguiente:

#### AVISO/DISCLAIMER



Ante la falta de acceso a la información pública y denegación de cobertura noticiosa a actos oficiales del Gobierno de Daniel Ortega y Rosario Murillo, este medio de comunicación hace **uso legítimo con fines noticiosos** de extractos e imágenes de comparecencias oficiales bajo la doctrina del uso legítimo a nivel internacional de interés público.

6. Recomendamos **no modificar las características originales del video**.
7. Hacer uso de **YouTube Audio Music Library o Audio Library Free**, y no utilizar pistas de música o sonidos protegidos con derechos de autor sin los correspondientes permisos, y que pueda generar un Reclamo de ID Content al medio digital.

8. Recomendamos a la FVBCH **analizar viabilidad de disponer de una especie de Abogado de Derechos de Autor Digital para apoyar a los medios socios**, en responder a posibles procesos de reclamos o notificaciones por supuesta violación de Derechos de Autor en las redes sociales a nivel internacional y local.
9. **Elaborar protocolos para compartir y usar información de terceros** en las plataformas digitales y redes sociales (sitio web, YouTube, Instagram, Facebook, Twitter).
10. Que los medios de comunicación y periodistas independientes **desarrollen protocolos escritos de colaboración para el uso de contenido**.
11. Crear como práctica obligatoria en las redacciones las **buenas prácticas de atribución de contenido de terceros**, tal cual se aborda en este manual.

---

**EN CASO DE UTILIZAR EXTRACTOS Y/O  
SOUND BITES DE VIDEO PROVENIENTES  
DE CADENAS OFICIALES DEL PRESIDENTE  
DANIEL ORTEGA Y VICEPRESIDENTA  
ROSARIO, UTILIZAR MATERIAL COMO  
PRIMERA OPCIÓN EL ESTATAL CANAL 6, Y  
COMO SEGUNDA OPCIÓN DEL EL 19 DIGITAL**







[www.violetachamorro.org](http://www.violetachamorro.org)



[violetabarriosdechamorro](https://www.facebook.com/violetabarriosdechamorro)



[FundVioleta](https://twitter.com/FundVioleta)