



# **GUÍA LEGAL PARA BLOGUEROS Y** **PODCASTERS**

Esta guía ha sido desarrollada por los abogados Jorge Campanillas, Sergio Carrasco, Ibán Díez, David Maeztu, Miguel Ángel Mata, Samuel Parra, Javier Prenafeta y Andy Ramos, y en ella se tratan los aspectos legales básicos para todo blogger y podcaster, aunque muchos de sus apartados son asimismo aplicables a otras actividades realizadas en la Red.

La reproducción y puesta a disposición de esta guía, en todo o en parte, es libre, excepto para usos directa o indirectamente comerciales, promocionales o que de cualquier modo se obtenga un rendimiento o compensación económicamente cuantificable, aún cuando no se derive directamente de los contenidos utilizados. En cualquier caso, la reproducción total o parcial del contenido de esta web deberá llevar incorporada una referencia a "Derecho en Red" y un enlace a la página donde está disponible de forma originario dicho contenido.

# ÍNDICE:

1. Marco legal y generalidades.
2. Protección datos de carácter personal
3. Propiedad intelectual
4. Aspectos fiscales
5. Responsabilidad por los contenidos

## 1. Marco legal y generalidades.

No resulta extraño decir que actualmente nos encontramos inmersos en una verdadera Sociedad de la Información, una Sociedad en la cual la presencia virtual resulta en ocasiones tan importante como la presencia física. Podemos conocer mucho de una persona a través de los diversos buscadores, y la calidad de la página web de una empresa constituye una perfecta tarjeta de visita para el eventual cliente. Estos hechos han venido propiciados por el elevado número de conexiones y de equipos informáticos domésticos existentes en la actualidad, lo cual ha abierto también las puertas a la presencia real y efectiva de sujetos particulares dentro de la Red. Así, podemos observar como un gran número de personas utiliza el correo informático a diario tanto en su trabajo como a nivel particular, y hay gente que se decide a dar su opinión utilizando los medios multimedia que permite la red de redes. A través de medios como los blogs o los podcasts nos encontramos con sistemas perfectos para permitir la materialización de una pluralidad de puntos de vista con la capacidad de limitar la hasta ahora preeminencia total de los conocidos como *mass media*, medios controlados por una pequeña parte de la población pero que en cambio constituían el punto de acceso a la información de la mayoría. Es gracias a esta pluralidad que actualmente podemos encontrar opiniones acordes a la nuestra, y versando sobre virtualmente cualquier materia. Y es que Internet en general y el mundo de los blogs y podcasts, en

particular, suponen una gran oportunidad para que los ciudadanos puedan expresar sus ideas de forma libre.

Una libertad que se materializa al observar como la Web 2.0, de la que los blogs y podcasts suponen su máxima expresión, permite una comunicación bidireccional. De esta forma, el nuevo usuario exige poder participar, aportar información, comunicarse con aquellos con los que comparte aficiones, ideas o sentimientos, dejando la posición tradicionalmente pasiva que ha ostentado con anterioridad, convirtiéndose asimismo en parte creadora de contenidos en la Red. Dicha actividad, pese a desarrollarse en el ámbito *virtual*, es capaz de crear obligaciones y derechos, razón por la cual es conveniente tener en cuenta la posibilidad de que en estos flujos de comunicación se filtren datos no previstos en un principio, causados en ocasiones por la participación de terceros ajenos a la actividad principal de prestación del servicio, así como los problemas que puedan surgir a la hora de utilizar determinados contenidos durante la elaboración de nuestro blog o podcast.

Debemos tener en cuenta que podemos poner los contenidos que creamos a disposición del público en general (sin perjuicio de los controles sobre el acceso a nuestros contenidos que se puedan realizar en accesos concretos) tanto a través de un dominio propio y contratar el hospedaje vinculado, o utilizando alguno de los servicios que diversas empresas están ofreciendo (tenemos una gran cantidad de herramientas de este tipo en el mercado, como Blogger, Nireblog, e incluso Wordpress, entre otros). Todo dependerá de la dedicación que vamos a darle, así como del nivel de personalización con el que queremos contar.

Si nos decidimos por contratar un hospedaje en el cual nosotros seremos los verdaderos administradores, las diversas plataformas actualmente existentes cuentan con una gran facilidad de instalación, pudiendo observar como algunas empresas prestadoras de Servicios de la Sociedad de la Información permiten que dicha instalación se haga a través de un panel de control, y simplemente a base de un par de clicks. Gracias a la documentación existente sobre las diversas plataformas, podemos observar como los usuarios han creado un gran

número de aplicaciones que complementan las funcionalidades existentes de base en estos programas, además de nuevos temas visuales para todos los gustos, ambos de fácil instalación en muchos de los casos, con lo cual la personalización y adaptación del sistema escogido ya no requiere de la presencia de una persona con grandes conocimientos informáticos. Esta facilidad de administración es aún más manifiesta en el caso de contratación en alguno de los servicios gratuitos anteriormente mencionados dado que una vez registrada nuestra cuenta, podremos comenzar a escribir casi inmediatamente, mediante la elección de varias características básicas totalmente guiadas.

Si el blogger/podcaster ha decidido hospedar su propio sitio independientemente de cualquier otra empresa, organización o institución que se dedique a posibilitar a los usuarios a publicar bajo su “techo” su blog o podcast deberá ser consciente de lo que ello implica, empezando por el primer paso, la elección del dominio.

### **1.1 Utilizar un dominio propio**

La elección del nombre de dominio puede ser, como decimos, la primera de las elecciones importantes que el blogger/podcaster vaya a realizar, sobre todo para poder publicar desde el principio pacíficamente su blog o podcast. Una de las mayores amenazas que nos encontramos en la red y que crece día a día es la ciberocupación, entendida como tal el registro de un nombre de dominio a sabiendas que otra persona (ya sea física o jurídica) posee mejor título que él<sup>1</sup>, como puede ser que ostente derechos marcarios previos. Para elegir dicho nombre de dominio y la política que regirá su registro, renovación y cancelación, deberá tener en cuenta, los diferentes tipos de nombre de dominio existentes, ya sean nombres de dominio genéricos (o gTLDs) o territoriales como el “.es” (o ccTLDs). En la actualidad, prácticamente todos (sobre todo en el caso de los gTLDs, .com, .net, .org , etc.) se rigen por la UDRP o política de resolución uniforme de controversias dictada por la ICANN, esta política se rige por el principio del “first come first served”, es decir que el primero que lo solicita es el primero que lo registra, sin ningún tipo de comprobación ni requisito previo necesaria. Sin embargo, una vez que has registrado un nombre de dominio el blogger/podcaster acepta dicha UDRP donde se acoge a un

procedimiento arbitral para la resolución de conflictos en esta materia. Dicha política establece los principios por los cuáles posteriormente puede verse desposeído del nombre de dominio, estos casos pueden ser por la mala fe en el registro, ciberocupación, intento de desviar tráfico de un competidor, etc. En el caso de que su elección haya sido un ccTLD como el “.es”, el bloguer/podcaster tendrá que tener en cuenta que regirá en todo momento la normativa propia como es el Plan Nacional de Nombres de Dominio aprobado por la Ley 34/2002, de 11 de julio de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico y toda su normativa de desarrollo elaborada por la Entidad Pública Empresarial Red.es. En lo que a el “.es” se refiere es prácticamente semejante al establecido por la ICANN para los gTLDs, con lo cuál, el primero en solicitar será el primero en registrar, pero siempre teniendo en cuenta esos sistemas de resolución de controversias y los problemas con los derechos previos que pudieran surgir.

Por todo ello, no está de más que el bloguer/podcaster, una vez que decida el nombre de dominio bajo cuya denominación quiera publicar sus contenidos, además de observar si está libre o no, realice una búsqueda en Internet de las posibles personas físicas, jurídicas, instituciones o demás que puedan tener derechos previos sobre el mismo, observar o acudir a la propia base de datos que (en el caso de España) la Oficina Española de Patentes y Marcas para ver si existen derechos marcarios, e incluso solicitar el registro de una marca que proteja, si consideramos conveniente, el nombre de dominio elegido. Lo que debe tener en cuenta el bloguer/podcaster que, si decide elegir un nombre de dominio que puede entrar en colisión con marcas o derechos previos puede encontrarse que todo su trabajo posterior se vea perjudicado por al encontrarse con una demanda de procedimiento extrajudicial de resolución de conflictos y que una vez resuelta se le obligue a transferir el nombre de dominio a la entidad demandante.

## **1.2 La relación con la empresa que nos presta el servicio**

No obstante, y más allá de la elección de un dominio u otro, hay que destacar que algunos usuarios acuden en ocasiones a los servicios gratuitos bajo la errónea presunción del menor control legal en esta relación, aceptando por ello

la multitud de condiciones que estas empresas imponen sin prestarles mayor atención que la necesaria estrictamente para poder obtener una cuenta de usuario de la forma más rápida y cómoda posible.

La realidad es bien diferente, dado que nuestro ordenamiento no limita las relaciones contractuales a aquellas en las cuales se produzca una contraprestación monetaria, lo cual determina que incluso en estos casos podemos encontrar una serie de derechos y obligaciones por ambas partes.

Es debido a la existencia de dichas obligaciones que aparece uno de los grandes problemas de los usuarios. No resulta extraño observar como un gran número de personas, a la hora de darse de alta en estos servicios, acepta dichas condiciones sin tan siquiera acceder efectivamente a ellas, de forma puramente mecánica. Si tenemos por cierto el valor contractual de la relación, y la capacidad de fijación de cláusulas por las partes en este tipo de relaciones, debemos reconocer el carácter vinculante que estas pueden llegar a adoptar, con lo cual podemos encontrarnos en ciertos casos con restricción de contenidos aportados u otra serie de condiciones respecto a la forma en que explotaremos nuestra presencia virtual, con lo cual podría llegarse a limitar de facto la libertad y pluralidad de puntos de vista que hemos establecido como una de las ventajas de contar con estos medios en Internet.

No obstante lo anterior, la consideración como relación contractual de esta relación no comporta únicamente desventajas para los usuarios, como parece que pudiera desprenderse de una lectura rápida. Dada la clara posición de la empresa que nos va a prestar el servicio, así como la característica de impuesta por ésta que ostentarán dichas condiciones, condiciones predispuestas por la empresa prestadora y que debemos aceptar para poder acceder al servicio sin negociación previa, nos encontraremos dentro de lo que nuestro ordenamiento ha venido a llamar contratos de adhesión, en los que una de las partes no tiene capacidad para establecer los términos del acuerdo, es por ello que simplemente se adhiere a las cláusulas generales que ha establecido unilateralmente el proveedor.

Si entendemos que nos encontramos ante condiciones generales de la contratación, ya podemos establecer la imposibilidad por parte de la empresa prestadora de establecer condiciones sin ningún tipo de limitación, dado que de cumplirse una serie de condiciones podríamos encontrarnos ante cláusulas abusivas, con lo cual quedarían viciadas de nulidad.

### **1.3 ¿ Qué problemas pueden aparecer durante la duración de mi blog/podcast ?**

A continuación se establecen una serie de generalidades para, en apartados posteriores, proceder a un análisis más exhaustivo de los que consideramos de mayor relevancia.

- Ataques a la intimidad personal, al honor y a la propia imagen de las personas  
Un blog puede ser usado para atentar contra el honor y la intimidad de las personas por lo que el responsable del mismo deberá prever y, en la medida de lo posible, evitar la comisión de estas infracciones. Como ejemplo, una fotografía puede mostrar la imagen de una persona que no ha otorgado su autorización para que su rostro o apariencia fuese divulgada o incluso ni para que dicha fotografía fuese tomada, y su publicación en Internet puede atentar contra su honor y su intimidad personal.

Como medida para mitigar el peligro se recomienda que el bloguer use contenido que sea respetuoso con los derechos a la intimidad, honor y a la propia imagen de las personas y proceda a una moderación de los comentarios que se viertan en el blog, estableciendo, asimismo, formas de contacto para que terceros le alerten sobre posibles comentarios difamatorios.

- Incumplimiento de la LOPD

Según se establece en la Ley Orgánica de Protección de datos de carácter personal, toda persona que trate datos de carácter personal deberá cumplir unas obligaciones y atender a los afectados de dicho tratamiento. Entre otras, el titular de blog que realice un tratamiento de datos deberá inscribir el fichero

en el Registro de la AEPD y adecuar los ficheros a la normativa vigente (LOPD y Reglamento de desarrollo), informar a los usuarios sobre la Política de Privacidad del blog y permitirles el ejercicio de sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición. En este punto, y en la medida en que la entidad que aloja el blog constituye un encargado de tratamiento, en los términos del artículo 12 de la LOPD, es obligatorio según dicha norma suscribir un contrato por escrito entre dicha entidad y el titular del blog que establezca los datos a los que se da acceso, los usos permitidos y las medidas de seguridad aplicables. Esto hace que, en la práctica, los servicios de blogs gratuitos establecidos en el extranjero, particularmente en EE.UU. incumplan la normativa española puesto que en sus contratos para la prestación del servicio no se determinen las cuestiones del artículo 12 de la LOPD.

#### - Vulneración de la ley de propiedad intelectual

Los textos fotografías y contenido en general que se publique en un blog deberá ser respetuoso con los derechos de autor. Es importante tomar una postura activa para evitar que en el blog se infrinjan derechos de terceros. Así, el titular del blog deberá informar a sus usuarios sobre su política en materia de propiedad intelectual y retirar el contenido que infrinja los derechos de propiedad intelectual de terceros, ya sea en las entradas o a través de los comentarios.

En cualquier caso, la publicación de un contenido sin la autorización pertinente de su autor o titular de derechos constituye una infracción al derecho de la propiedad intelectual por suponer una comunicación pública, en su modalidad de puesta a disposición, no consentida. La propiedad intelectual requiere además, que se respete la autoría de las obras, por lo que, además de contar con la debida autorización, quien cuelgue una fotografía ajena deberá asimismo citar a su autor. [No necesariamente es una obligación legal, sino más bien una cuestión de netiqueta, recordad que la ley habla del derecho del autor a exigir el reconocimiento de la autoría, derecho que ni es eso en el caso de las meras fotografías, puesto que no hay derechos morales, por lo que el ejemplo de la foto no es muy correcto, y como la cita tampoco se justificaría, sólo sería posible en el caso de autorización del autor.]

En caso de infringir estas normas, se estaría ante un ilícito civil, pero no ante un ilícito penal, al no realizarse estas conductas con ánimo lucrativo.

- Problemas con la propiedad industrial/competencia desleal.

En el punto 1.1 de la presente guía nos hemos hecho eco de los problemas, o más bien de los cuidados que debemos tener a la hora de la elección de un nombre de dominio para no entrar en colisión con derechos marcarios de terceros. Sin embargo no sólo en este aspecto debe ser cuidadoso el bloguer sino también en utilizar marcas (denominaciones y/o logotipos registrados como tales), de terceros en los blogs, al igual que diseños industriales u otros elementos protegibles como propiedad industrial, sobre todo si realizamos algún tipo de actividad económica o tenemos algún tipo de ganancia en el blog/podcast (posteriormente se verá los aspectos y fiscales de los mismos). Debemos recordar que el artículo 34 de la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de marcas confiere al titular de una marca el derecho exclusivo a utilizarla en el tráfico económico, pudiendo prohibir que se use el signo, incluso (art. 34.3.d) en redes de comunicaciones telemáticas y como nombre de dominio. Dicho de otra forma, se considera que el uso de un signo ajeno por el titular de un blog/podcast con ánimo lucrativo constituye un uso en el tráfico económico que debe ser autorizado, sobre todo si este uso de signo ajeno se está realizando en los metatags a fin de que los buscadores enlacen el blog/podcast, lo cual constituiría un aprovechamiento de reputación ajena. Está claro que la normativa marcaria permite que hagamos uso de las marcas a fin de describir los productos o servicios, realizar análisis, etc. sin embargo debemos ser conscientes a la hora de estar utilizando marcas de terceros para publicitar nuestro blog/podcast que en determinados casos debemos contar con la autorización del titular.

Ello no obsta para que se emplee la marca al referirse al producto o servicio concreto a la hora de hacer una crítica, negativa o positiva, del mismo, ya que en ese caso el uso de la misma estaría amparado por la libertad de información y expresión, sin que el hecho de reproducir una marca o nombre comercial sea

razón suficiente para el borrado de un artículo o una reclamación por parte del titular de la empresa.

En todo caso lo que se protege es que no haya una confusión entre el titular legítimo de la marca, y los productos o servicios comercializados bajo la misma, y el blog, de tal forma que el consumidor pueda formarse una opinión propia antes de decidir contratar.

#### - Suplantación de la personalidad

La suplantación de la personalidad, propiamente usurpación de estado civil según el Código Penal español ([artículo 401](#)) podrá darse si al registrarse como paso previo a la participación en el blog, un usuario se hace pasar y actúa en nombre de otra persona. Para ello, el bloguer puede optar por solicitar una identificación detallada del usuario en el momento del registro y una comprobación en caso de duda razonable, aunque difícilmente puede el bloguer ser responsable de estas conductas sino que lo sería la persona que las lleva a cabo.

## **2. Protección de datos de carácter personal**

### **2.1 Introducción al derecho a la protección de datos personales**

#### **2.1.1 Régimen jurídico**

El derecho a la protección de datos (también conocido como derecho a la libertad informática) es, aunque muchos lo desconocen, un Derecho Fundamental; esto es, un derecho que está a la misma altura que, por ejemplo, la libertad de expresión o la inviolabilidad del domicilio. Por tanto, el derecho a la protección de datos emana directamente de la Constitución Española de 1978, en concreto, del artículo 18.4. Posteriormente una Directiva Europea guiará al legislador nacional a la hora de fijar el contenido concreto de este derecho.

En la actualidad, es la Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre de protección de datos de carácter personal el régimen jurídico general, vigente y aplicable en el territorio nacional.

#### **2.1.2 Contenido**

El artículo 18.4 mencionado resultaría ser, expresión de la moderna necesidad de dotar a los ciudadanos de mecanismos de garantía de su intimidad frente al uso abusivo de la informática.

El derecho fundamental a la protección de datos persigue garantizar a cualquier ciudadano un poder de control sobre sus datos personales, sobre su uso y destino, con el propósito de impedir su tráfico ilícito y lesivo para la dignidad y derecho del afectado, en definitiva, este derecho garantiza un poder de disposición sobre nuestros datos personales.

Esta garantía impone a los poderes públicos y privados la prohibición de que se conviertan en fuentes de esa información sin las debidas garantías; y también el deber de prevenir los riesgos que puedan derivarse del acceso o divulgación indebidas de dicha información. Pero ese poder de disposición sobre los

propios datos personales nada vale si el afectado desconoce qué datos son los que se poseen por terceros, quiénes los poseen, y con qué fin.

De este modo, el objeto de protección del derecho fundamental a la protección de datos no se reduce sólo a los datos íntimos de la persona, sino a cualquier tipo de dato personal, sea o no íntimo, cuyo conocimiento o empleo por terceros pueda afectar a sus derechos, porque su objeto no es sólo la intimidad individual, sino los datos de carácter personal. Por consiguiente, también alcanza a aquellos datos personales públicos, que por el hecho de serlo, de ser accesibles al conocimiento de cualquiera, no escapan al poder de disposición del afectado porque así lo garantiza su derecho a la protección de datos.

De todo lo dicho resulta que el contenido del derecho fundamental a la protección de datos consiste en un poder de disposición y de control sobre los datos personales que faculta a la persona para decidir cuáles de esos datos proporcionar a un tercero, sea el Estado o un particular, o cuáles puede este tercero recabar, y que también permite al individuo saber quién posee esos datos personales y para qué, pudiendo oponerse a esa posesión o uso.

### **2.1.3 ¿Qué se considera dato personal?**

La Ley define dato personal como: “Cualquier información numérica, alfabética, gráfica, fotográfica, acústica o de cualquier otro tipo concerniente a personas físicas identificadas o identificables.”

Por ejemplo, el número de DNI, el nombre y apellidos, la matrícula de un vehículo, la dirección de correo electrónico, una fotografía, o incluso la IP de un ordenador, son datos de carácter personal.

No son datos personales, por ejemplo, la razón social de una empresa o su NIF.

Debe quedar claro que la Ley sólo extiende su manto protector a los datos personales relativos a personas físicas (humanos) y no a los datos de las empresas. Ahora bien, aún en el caso de personas físicas, debemos observar la posibilidad de encontrarnos ante datos pertenecientes a personas físicas de

acuerdo con los parámetros señalados hasta el momento, pero que dada su condición de profesionales pueden encontrarse ante un régimen de regulación diferente al mencionado hasta el momento. Así, podemos observar como la Audiencia Nacional en sentencias como la Sentencia de 14 de febrero de 2007 establece que no por la simple condición de profesional se pierde el derecho a la protección de los datos personales, dado que resultará necesario analizar si organizan su actividad bajo fórmulas mercantiles, así como la vinculación de los datos a la actividad mercantil.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, la condición de profesional de un sujeto no impide que, en tanto los datos pertenezcan a lo que podemos entender que es su esfera privada, y no podamos observar una clara vinculación con su actividad mercantil, dichos datos sigan siendo objeto de protección.

## **2.2 El blog**

### **2.2.1 ¿Me afecta la Ley de Protección de Datos? “*Sólo tengo un blog personal, no soy una empresa que cuelga contenidos en la red.*”**

En contra de la opinión popular, la Ley de Protección de Datos no sólo vincula a las empresas que tratan datos personales, sino también a los particulares fuera de su ámbito personal o doméstico.

### **2.2.2 ¿Qué obligaciones tengo como bloguer?**

Si tienes un blog propio, y en él permites introducir comentarios a tus artículos, debes tener en cuenta que en la mayoría de los casos los datos que se solicitan al usuario (nombre y dirección de e-mail) se almacenan en una base de datos interna del blog, de forma estructurada y ordenada. A los efectos de Protección de Datos estás constituyendo un fichero de datos.

- Esto supone que tendrás que declarar dicho fichero ante la Agencia Española de Protección de Datos.
- La Ley exige además, que en el momento de recabar datos personales del interesado, como por ejemplo cuando los solicita el formulario para introducir un comentario, se le informe de:

- La existencia de un fichero o tratamiento de datos de carácter personal, de la finalidad de la recogida de éstos y de los destinatarios de la información.
  - La posibilidad de ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición.
  - La identidad y dirección del responsable del blog.
- Celebrar un contrato por escrito con la empresa u organización que aloje los contenidos del blog, en su caso, ya que dicha actividad constituye un tratamiento de datos por cuenta de tercero (que eres tú).

Esta información es recomendable que aparezca en la misma página donde se van a recabar los datos. Por ejemplo, en el apartado de *introducir nuevo comentario* en una entrada, lo ideal sería colocar esta advertencia legal justo debajo del botón “*enviar*”; un texto tipo sería el siguiente:

*Le informo de que los datos facilitados por Ud., incluyendo la dirección IP del equipo desde el que accede, serán incluidos en un fichero cuyo titular es \_\_\_\_\_, y serán utilizados únicamente para la gestión de los comentarios de esta bitácora y el seguimiento de las estadísticas de acceso. Sus datos serán tratados de forma confidencial, aplicándose las medidas técnicas u organizativas establecidas en la legislación vigente para evitar su acceso, manipulación o eliminación indebidas, sin que, salvo consentimiento expreso por su parte, vayan a ser cedidos a otras entidades o terceras personas fuera de los casos legalmente permitidos. No obstante, Ud. puede, en cualquier momento, ejercer sus derechos de acceso, cancelación o rectificación en relación con dichos datos, solicitándolo a la dirección \_\_\_\_\_@\_\_\_\_\_.com.*

Por otro lado, debes tener en cuenta que determinados servicios proporcionados por otras entidades pero incorporados al blog pueden recoger datos personales. Por ejemplo, la inclusión de [Google Analytics](#) en una web permite la recopilación y tratamiento por parte de esta empresa de datos personales de los usuarios/visitantes de la misma. Al margen de que la

responsabilidad de dichos datos corresponde a Google, según los términos del punto 8.1 de los [Términos de dicho Servicio](#) debe hacerse constar esta circunstancia.

### **2.2.3 ¿Puedo publicar información personal en mi blog?**

Dependerá del caso; antes de publicar información personal deberás responderte a las siguientes preguntas:

*¿Tengo el consentimiento de la persona para publicar sus datos en mi blog?*

*¿He obtenido sus datos de una fuente accesible al público?*

Si la respuesta a alguna de esas preguntas es afirmativa, entonces podrás publicar esa información; por el contrario, si la respuesta es negativa a ambas preguntas no podrás publicar ninguna información personal.

No obstante lo anterior, existe una excepción a este régimen general respecto a la limitación de los datos personales que cuyo uso está permitido la cual ya aparece mencionada en el texto de la Directiva 95/46/CE, cuyo Considerando 37 literalmente señala que *“para el tratamiento de datos personales con fines periodísticos o de expresión artística o literaria, en particular en el sector audiovisual, deben preverse excepciones o restricciones de determinadas disposiciones de la presente Directiva siempre que resulten necesarias para conciliar los derechos fundamentales de la persona con la libertad de expresión y, en particular, la libertad de recibir o comunicar informaciones, tal y como se garantiza en el artículo 10 del Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales.”*

Esta búsqueda de la conciliación en el caso de colisión de derechos podemos encontrarla asimismo en la jurisprudencia del Tribunal Constitucional, que tiende a otorgar una posición preferente a la libertad de información frente a otros derechos constitucionales, siempre y cuando los hechos comunicados se consideren de relevancia pública (STC 105/1983, STC 107/1988) y atendiendo a la veracidad de la información facilitada (STC 6/1988, STC 105/1990, STC 240/1992). Así, y en el caso de encontrarnos ante hechos noticiables que

interesen al público en general, el derecho a la intimidad y al honor cederán frente al derecho a la libertad de información.

**2.2.4 “Entonces, si encuentro en Internet un dato personal, podría publicarlo en mi blog sin problemas porque lo he obtenido de una fuente accesible al público, ¿no?”**

No.

A efectos de protección de datos, fuentes accesibles al público son única y exclusivamente las siguientes:

- a) El censo promocional,
- b) Las guías de servicios de comunicaciones electrónicas,
- c) Las listas de personas pertenecientes a grupos de profesionales,
- d) Los diarios y boletines oficiales,
- e) Los medios de comunicación social.

Internet no se encuentra entre ese listado ya que no es “medio de comunicación”.

Lo opinión generalizada entre los usuarios es que los datos que un usuario publica en una web, foro, etc, son datos públicos porque “cualquiera puede acceder a ellos”. Si bien es cierto que cualquier puede acceder a ellos, no es suficiente para poder tratar o utilizar esos datos posteriormente sin su consentimiento.

Por ejemplo, un usuario publica en un foro su dirección de correo electrónico para que le ayuden a resolver un problema en su sistema operativo; un blogger no podría publicar en su blog esa dirección de correo electrónico amparándose en que “el usuario la publicó en un foro abierto”.

En definitiva, si no tenemos el consentimiento de esa persona, aunque sus datos figuren en Internet, no podremos publicarlos en nuestra web. Excepción lógicamente, a cualquier fuente accesible al público en Internet (por ejemplo, el Boletín Oficial del Estado).

### ***2.2.5 “He publicado en mi blog datos personales que aparecen en una fuente accesible al público, pero su titular me exige que los retire ¿estoy obligado a retirarlos?”***

Sí. El afectado podrá en cualquier momento exigir la retira de esos datos aunque en su momento hubiera dado el consentimiento o hubieras obtenido la información de una fuente accesible al publico.

### ***2.2.6 ¿Qué me puede pasar si no cumplo con esta Ley?***

Las sanciones pueden variar dependiendo de la infracción.

Si por ejemplo no has declarado el fichero en la Agencia Española de Protección de Datos, la sanción sería, probablemente, de 600 euros.

Si por el contrario has publicado información personal sin el consentimiento del afectado y sin que esos datos figuren en fuentes accesibles al público, la multa podría oscilar entre los 6000 y los 300000 euros.

## **3. Propiedad intelectual**

### **Introducción a los derechos de propiedad intelectual**

De acuerdo a nuestra legislación sobre propiedad intelectual, los autores de toda obra original expresada por cualquier medio son los titulares de todos los derechos de propiedad intelectual sobre la misma. De esta forma, la ley protege todas aquellas obras literarias (un libro, un guión cinematográfico, un artículo, etc.), gráficas (un dibujo, una fotografía, etc.), musicales, audiovisuales o análogas que sean originales y creativas. Una página web, un blog o un podcast no son una excepción y, por tanto, en la medida en que sean una creación original serán obras protegidas por el derecho de autor. Los derechos

de propiedad intelectual otorgan al autor dos tipos de facultades, morales (que serán los denominados derechos morales) y de explotación (que serán los derechos exclusivos de explotación).

El punto de partida fundamental, por tanto, es que tú, como autor de un blog/podcast, eres el titular único y exclusivo de todos los derechos morales y de explotación del mismo.

Desde la perspectiva moral, entre otros, tienes derecho a que se reconozca en todo momento tu autoría sobre tu blog/podcast, que nadie atente contra la integridad de tu blog/podcast y a divulgar la obra en la forma y con el pseudónimo que estimes oportuno. Estos derechos son irrenunciables y no pueden ser cedidos a nadie.

Por su parte, los derechos de explotación, te reservan la facultad exclusiva de ejercer y autorizar los actos de reproducción, distribución, transformación y comunicación pública de tu blog/podcast. Esto significa lo siguiente:

- Tú eres el único que puede reproducir o fijar en cualquier medio tu blog/podcast, sea tal fijación directa o indirecta, provisional o permanente, parcial o total.
- Nadie, salvo tú mismo, podrá distribuir soportes físicos de tu blog/podcast.
- Tienes la facultad exclusiva de traducir, adaptar o modificar de cualquier otra forma tu blog/podcast.
- Sólo tú podrás comunicar públicamente (mediante difusión, por Internet...) tu blog/podcast.

Cualquiera de estas facultades que representan los derechos exclusivos de explotación sobre el blog/podcast pueden ser cedidos por ti, de forma expresa, a terceros. Cualquiera de los derechos de explotación puede ser autorizado por tí. Ahora bien, puedes mantener dos modelos en tu blog/podcast. De forma inicial, puede que tu deseo sea que cualquier persona pueda difundir, sin necesidad de que te pidan en todo momento autorización, tu obra siempre que se respete tu autoría y la integridad de tu blog/podcast; en ese caso, puedes

adjuntar a tu blog/podcast un aviso o licencia abierta, por ejemplo cualquiera de los modelos Creative Commons o Coloriuris. La inserción de estas licencias y tu blog/podcast, serviría para que todo el mundo sepa que ya existe un consentimiento implícito para que cualquier tercero pueda llevar a cabo determinados usos, afectos por derechos exclusivos, sin necesidad de autorización previa o expresa. Hay que tener en cuenta que el tercero que decide realizar algún acto al amparo de la licencia abierta debe respetar siempre los límites que aparecen en el aviso o licencia.

Como se verá en el siguiente apartado, existen una serie de límites a estos derechos exclusivos, o lo que es lo mismo, una serie de usos que no precisan para su ejecución la autorización del titular de los derechos.

Una vez que difundimos nuestro blog/podcast, ¿cómo protegemos los derechos de propiedad intelectual sobre nuestro blog/podcast?. Nuestra legislación de propiedad intelectual no exige ningún requisito de inscripción en ningún registro para que se reconozca la autoría o la titularidad de derechos sobre una obra. Basta la mera creación, original, para que nuestro blog/podcast ya se encuentre protegido por derechos de autor. Existe un Registro de Propiedad Intelectual, pero su función es la de dar publicidad y establecer la presunción de que quien inscribe una obra en el mismo es el autor de la misma. Podéis utilizar este Registro para proteger vuestra autoría sobre el blog/podcast, pero sería especialmente farragoso ya que todas y cada una de las entradas de tu blog o grabaciones de tu podcast deberían ser inscritas. No existe en la actualidad la posibilidad de registrar online las obras por lo que es una solución poco operativa. No obstante, existen actualmente iniciativas de carácter privado, como Safe Creative, que tienen la vocación de dar solución a esta falta de posibilidad de registros rápidos online de obras digitales..

### **Límites a estos derechos exclusivos**

Como hemos visto en el apartado anterior, la Ley de Propiedad Intelectual otorga unos derechos exclusivos a los titulares de los mismos; a pesar de ello, tanto los tratados internacionales como la ley española prevén ciertas

excepciones a estos derechos exclusivos, que están tasadas en los artículos 31 al 40bis de la Ley de Propiedad Intelectual, de los cuales haremos una breve explicación de aquellos que afectan a los bloggers o podcasters:

- Reproducciones Provisionales y Copia Privada (art. 31 LPI): este límite permite, por un lado, la realización de reproducciones provisional cuando sean necesarias para el funcionamiento de un proceso tecnológico con la finalidad de facilitar una transmisión en red, y por otro la realización de copias privadas, que debe ser realizada por una persona física, para su uso privado, a partir de una obra publicada y a la que se haya accedido lícitamente, y el uso nunca puede tener fines colectivos ni lucrativos. De este modo, la reproducción (copia) de una obra en un blog o en un podcast no podrá estar amparada por este límite, ya que al publicar en Internet tal obra, estamos haciendo un uso colectivo de dicha copia, lo cual va en contra de este artículo 31.2 LPI, así como del 31.1 LPI, que exige que la reproducción sea provisional y necesaria para facilitar la transmisión en una red.

- Cita e Ilustración de la enseñanza (art. 32 LPI): éste es el llamado popularmente "derecho de cita" y que por caprichos del legislador español, sólo está permitido en nuestro país incluir en una obra propia fragmentos de otras ajenas siempre que dicha inclusión se realice con fines docentes y de investigación, lo cual hace ilícita la reproducción de una o varias frases de una obra en un blog o su lectura en podcast, aunque sea para citarla o criticarla o incluso aunque se especifique el nombre del autor original. Aunque la cita es más amplia en otros países de nuestro entorno, en España el legislador consideró conveniente que se limitase a fines docentes y de investigación, lo cual limita mucho su amplitud y utilidad para la blogosfera. En este punto es dónde las las licencias libres permiten de una manera mas importante la reutilización de la información y la difusión de los contenidos en la red, al estar autorizada en todas ellas el uso de las obras o fragmentos de las mismas.

- Trabajos sobre temas de la actualidad (art. 33 LPI): la ley permite reproducir, distribuir y comunicar públicamente trabajos sobre temas de la actualidad siempre y cuando lo realice otro medio de la misma clase, cite la fuente y el

autor y le remunerare convenientemente, aunque este límite puede dejar de tener efectividad si el medio que publica dicho trabajo de actualidad establece una reserva de derechos (como suele ser habitual), en cuyo caso la redifusión de tal trabajo deberá ser autorizada expresamente por el titular del mismo.

Sí es posible, en cambio, difundir conferencias, alocuciones, informes ante los Tribunales y obras análogas que se hayan pronunciado en público, siempre y cuando tengan como finalidad informar sobre la actualidad.

- Utilización de Obras con ocasión de informaciones de actualidad y de las situadas en vías públicas (art. 35 LPI): la Ley de Propiedad Intelectual permite reproducir, distribuir y comunicar públicamente cualquier obra que pueda ser vista u oída con ocasión de informaciones sobre acontecimientos de la actualidad en la medida justificada por dicha finalidad informativa, como por ejemplo, dar la noticia de un concierto reciente o de una exposición de arte, aunque siempre de forma justificada para cumplir tal finalidad informativa.

Además, la Ley permite reproducir, distribuir y comunicar públicamente por medio de pinturas, dibujos, fotografías y procedimientos audiovisuales, cualquier obras que se halle situada de forma permanente en la vía pública, incluyendo parques, calles o plazas. De esta forma, un bloguer podrá hacer un fotolog de monumentos o esculturas que, no habiendo caído en el dominio público, estén situadas de forma permanente en la vía pública.

- Parodia (art. 39 LPI): La parodia es la imitación burlesca de una persona, de un acontecimiento o de una obra. La Ley de Propiedad Intelectual permite parodiar la obra de una tercera persona siempre y cuando no haya riesgo de confusión entre la obra parodiante y la parodiada, y no se infiera un daño a la obra original o a su autor. Además, es importante resaltar que no está incluido dentro de este límite, y por lo tanto no está permitido por la ley, utilizar una obra para burlarse de algo ajeno a ella, por ejemplo utilizar una obra de arte para hacer reírse de un político o de un personaje famoso. La obra parodiante debe tener la única finalidad de burlar la obra parodiada, siendo un ejemplo válido las típicas películas donde parodian o se ríen de otras películas de éxito.

No es la intención de esta guía establecer de forma exhaustiva y casi cerrada qué se puede y qué no se puede hacer en un blog o en un podcast, pero sí es importante detallar aunque sea someramente las principales utilidades de obras de terceros que están permitidas y prohibidas en un blog o podcast:

### **¿Qué puedes utilizar en tu blog/podcast?**

- Cualquier obra creada por ti (siempre que no hayas cedido los derechos de explotación a otros).
- Obras con autorización de sus titulares de derechos, ya sea de forma directa o a través de cualquiera de las licencias existentes en la actualidad (Creative Commons, GPL, Coloriuris, etc.)
- Obras caídas en el dominio público (lo cual ocurre generalmente pasados 70 años desde la muerte del autor, si bien todavía está vigente en España el plazo de 80 años que fijó la ley de 1879 y el límite de 70 años sólo se aplicará a los autores fallecidos a partir de diciembre de 1987, y 50 años desde la publicación, para las grabaciones sonoras o audiovisuales).
- Obras situadas de forma permanente en la vía pública, en la medida descrita anteriormente.
- Discursos o conferencias pronunciadas en público, siempre y cuando tenga una finalidad informativa (y no meramente comercial).
- Trabajos sobre temas de la actualidad, en la medida descrita anteriormente.

### **¿Qué no puedes utilizar en tu blog/podcast?**

- Obras y prestaciones protegidas por propiedad intelectual que no hayan caído en el dominio público, y cuya utilización no se encuentre enmarcada en ninguno de los límites descritos anteriormente.

- Cualquier obra que encuentres en Internet. Existe la creencia errónea de que textos, fotografías o vídeos que se encuentren en la Red se pueden utilizar libremente. Nada más lejos de la realidad. Siempre que queramos utilizar alguna obra de Internet debes acudir al aviso legal de la página donde hayas encontrado el contenido y observar si se permite su reproducción y puesta a disposición, y en qué términos.

#### **4. Aspectos económicos y fiscales**

Cuando finalmente decidimos iniciar nuestra actividad como blogger o podcaster, uno de los factores a los cuales no se les otorga la importancia que realmente le corresponde por las obligaciones que puede generar es el aspecto económico y fiscal de nuestra aportación a la red de redes. Así, resulta importante observar cuál es la relevancia fiscal real que va a tener nuestra actividad analizando si se han producido efectivamente los parámetros identificadores de una actividad económica durante nuestra vida como blogger o podcaster.

En el momento de adherirnos al sistema de publicidad de Google AdSense, seguramente uno de los más conocidos, nos encontramos con un aviso claro al respecto dentro de su página web

*Will I have to pay taxes on my AdSense earnings?*

*You may have to pay taxes on your AdSense earnings. It is your responsibility to understand and adhere to the appropriate tax rules, and Google is unable to provide you with tax advice.*

Así, las mismas compañías que prestan servicios mediante los cuales se puede obtener una remuneración realizan advertencias respecto a la fiscalidad de los ingresos obtenidos a través de sus servicios, con lo cual resulta importante que

analicemos qué tributos resultan aplicables en el caso español.

Además de todo lo anterior, también deberemos atender a la forma bajo la cual realizamos el blog o podcast, bien sea directamente como persona física, bien sea como persona jurídica, tanto en los casos en que dicha actividad sea la principal de la empresa como aquellos en los que el blog o podcast constituye un valor añadido de la misma. Respecto al último caso, se podría llegar a interpretar dependiendo de la lectura que se haga de la normativa que el blog no resulta gravado por ningún tributo al tratarse de una simple actividad accesoria de poca entidad dentro del conjunto de rentas obtenidas por la entidad. No obstante, vamos a ver que la realidad no concuerda con esta concepción.

### **El Impuesto sobre Actividades Económicas**

Teniendo en cuenta que en el presente apartado nuestro objetivo es analizar aspectos económicos, el tributo más directamente relacionado con este aspecto de nuestro servicio será el del Impuesto sobre Actividades Económicas. No resulta extraño observar como muchos sujetos interpretan que la actividad que realizan no se encuentra regulada por este impuesto en atención al tipo de actividad o al bajo rango de ingresos que obtienen de la misma. No obstante, debemos acudir a la normativa correspondiente con tal de poder establecer claramente qué tipo de actividades resultan efectivamente gravadas por este IAE. Así, y de acuerdo con el Art. 78 del Real Decreto Legislativo 2/2004

*"El Impuesto sobre Actividades Económicas es un tributo directo de carácter real, cuyo hecho imponible está constituido por el mero ejercicio, en territorio nacional, de actividades empresariales, profesionales o artísticas, se ejerzan o no en local determinado y se hallen o no especificadas en las tarifas del impuesto."*

Así, podemos observar que tienen relevancia para nuestro caso

- Que el hecho imponible está constituido por el mero ejercicio: Es decir, pese a encontrarnos ante un impuesto directo lo importante es el ejercicio de la actividad, sin prestar atención a la obtención de beneficios o de pérdidas de la misma e incluso al ánimo de lucro que originó la decisión de prestar dichos servicios a la hora de gravar la actividad. Tampoco reviste de mayor importancia la habitualidad o no en el ejercicio de la actividad económica, es decir, basta con un solo acto de realización de una actividad económica para que se produzca el hecho gravado por este impuesto. Así, y tal como viene establecido en la jurisprudencia española, el hecho imponible del impuesto no se identifica con la ganancia efectiva que obtengamos razón por la cual, y a los efectos de impedir una cierta arbitrariedad de los poderes públicos, se regulan posteriormente una serie de exenciones en base a las características reales de los sujetos pasivos. Se considera que una actividad se ejerce con carácter empresarial, profesional o artístico, cuando suponga la ordenación por cuenta propia de medios de producción y de recursos humanos o de uno de ambos, con la finalidad de intervenir en la producción o distribución de bienes o servicios, en el caso de la publicidad del blog supone evidentemente la intervención en el mercado de la publicidad, por lo que no hay dudas sobre el carácter empresarial o profesional.

- Que se ejerzan o no en local determinado: En el caso de un bloguer, podemos observar como dicha actividad no se realiza dentro de un local determinado, pero dicho hecho no implica mayor problema, dado que este supuesto se contempla expresamente en la normativa reguladora de este tributo. A los efectos del IAE, y para el caso que nos ocupa en que no se ejercen en local, el lugar a efectos de satisfacer este impuesto será el domicilio fiscal del sujeto pasivo.

- Que se hallen o no especificadas en las tarifas del impuesto: Si bien es cierto que dentro de los epígrafes actualmente existentes para este impuesto no aparece expresamente reflejado el caso del bloguer o podcaster, esto no implica que quedemos fuera del ámbito de aplicación de este tributo. Así, deberemos analizar los epígrafes existentes con tal de encontrar aquel que

reúna un mayor número de factores conexos con la actividad que efectivamente realizaremos.

De esta regulación podemos extraer que no resulta necesario que dentro de los epígrafes establecidos para este impuesto se encuentre expresamente contemplado el caso del blogger, así como la no necesidad de que la actividad se realice en un local determinado, resultando así en principio gravada por este impuesto dicha actividad. No obstante, la misma Ley regula posteriormente dos exenciones de este tributo que pueden resultar aplicables al caso

- Las personas jurídicas la cifra de negocios de las cuales sea inferior a un millón de euros
- Todas las personas físicas

De esta forma, y bajo la segunda excepción, el clásico blogger, entendido como una persona física, que realiza la actividad por su cuenta, se encontraría exento de pago, al igual que sucedería en el caso de personas jurídicas con cifras de negocios bajas (debemos recordar que las cifras obtenidas por publicidad mediante servicios como adsense no alcanzan en la mayoría de los casos una gran entidad, con lo cual si los ingresos de dicha persona jurídica provienen exclusivamente por este concepto, existe una alta probabilidad de que se encuentre exenta del pago). No obstante, debemos tener en cuenta que dicha exención no implica que el hecho imponible que supone la sujeción a este impuesto no se haya producido, razón por la cual subsisten obligaciones formales, tales como la obligación de notificar el inicio de la actividad, así como aquellas variaciones sobre la actividad con repercusión fiscal continúa plenamente vigente.

No obstante todo lo anterior, y en el caso de personas jurídicas sujetas a este impuesto en atención al importe de su cifra de negocios, la Ley regula una exención durante los dos primeros períodos impositivos de este impuesto en que se desarrolle la actividad económica. Así, y aún en el caso de superar la cifra de negocios exenta de realizar el pago en concepto de este impuesto,

contaremos con dos años durante los cuales nuestra situación fiscal será igualmente la de persona exenta de pago.

## **El Impuesto sobre la Renta de Personas Físicas y el Impuesto sobre Sociedades**

Más allá de la actividad económica en sí, debemos prestar asimismo atención a la forma en que los tributos gravan las rentas que finalmente hemos obtenido a través de los mecanismos de publicidad y otros que hayamos decidido incluir. Dependiendo de si la prestación se realiza por parte de una persona física o de una persona jurídica, el impuesto aplicable será el IRPF o el IS respectivamente.

- Si el servicio es prestado por una persona física: El Art. 2 de la Ley reguladora del IRPF establece claramente qué rentas quedarán gravadas por este Impuesto

*"Constituye el objeto de este Impuesto la renta del contribuyente, entendida como la totalidad de sus rendimientos, ganancias y pérdidas patrimoniales y las imputaciones de renta que se establezcan por la ley, con independencia del lugar donde se hubiesen producido y cualquiera que sea la residencia del pagador."*

- Si el servicio es prestado por una persona jurídica: En este caso, acudimos al Art. 4 de la Ley del Impuesto sobre Sociedades

*"Constituirá el hecho imponible la obtención de renta, cualquiera que fuese su fuente u origen, por el sujeto pasivo."*

De esta forma, observamos como en ambos casos se da una regulación similar, en la cual se tienen en cuenta la totalidad de las ganancias, sin importar la fuente u origen de las mismas. De acuerdo con esta regulación, los beneficios obtenidos mediante cualquier sistema utilizado, sin necesidad de que sobrepasen ningún tipo de importe mínimo, quedarán gravados,

apareciendo por tanto una obligación por parte de los sujetos pasivos de declarar dichos ingresos en el momento de la presentación de las declaraciones de ingresos correspondientes a estos impuestos

### **El caso particular de las personas físicas y la obligación de presentar la declaración del IRPF**

La obligación de presentar la declaración por parte de los contribuyentes del IRPF encuentra una importante excepción, en base al número de sujetos pasivos que se acogen a ella en el Art. 96

*"Rendimientos íntegros del trabajo, con el límite de 22.000 euros anuales."*

La problemática a la hora de utilizar dicha excepción recae en que, en este caso, las rentas deben provenir exclusivamente de esta fuente, es decir, que las rentas obtenidas por el sujeto pasivo provengan íntegramente de rendimientos del trabajo. Así, y en el caso de obtener rentas provinientes de otras fuentes (que en el caso de este análisis podían englobarse dentro del concepto de rendimientos de la actividad económica) resultaría imposible aplicar esta excepción y, por tanto, resultaría obligatorio presentar la declaración con las consecuencias fiscales que dicho hecho pueda provocar.

### **El Impuesto sobre el Valor Añadido.**

El IVA actual viene a gravar las prestaciones de servicios que, en principio, podrían englobar una actividad de prestación como la analizada en nuestro caso. El Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas ya indicó el carácter general de este tipo de impuesto, encargado de gravar todas las transmisiones de bienes y de servicios. Ahora bien, esta generalidad debe matizarse en atención a la localización geográfica de la empresa encargada de la prestación de servicios, y el régimen particular reconocido por la Ley reguladora del IVA respecto al lugar de prestación del servicio en el caso de que éste se preste por vía electrónica. Así, y acudiendo al artículo 70 de la Ley

respecto a las reglas especiales para el establecimiento del lugar de realización de las prestaciones de servicios podemos encontrarnos ante los siguientes supuestos

- El destinatario es un empresario o profesional que actúa como tal y la sede de su actividad económica radica en el ámbito territorial del IVA, o tiene en el mismo un establecimiento permanente o, en su defecto, el lugar de su domicilio, siempre que se trate de servicios que tengan por destinatarios a dicha sede, establecimiento permanente o domicilio.

Bajo esta regulación se tienen en cuenta tanto la prestación de servicios a empresas localizadas en el ámbito espacial de este impuesto (de acuerdo con el Art. 2 de la Ley reguladora del IVA dicho ámbito espacial será el territorio español) así como aquellas que cuenten con un establecimiento permanente o domicilio siempre y cuando el servicio ofrecido tenga como destinatario a dicha sede.

- Cuando los servicios se presten por un empresario o profesional y la sede de su actividad económica o establecimiento permanente desde el que se presten los servicios se encuentre en el territorio de aplicación del Impuesto, siempre que el destinatario del mismo no tenga la condición de empresario o profesional actuando como tal y se encuentre establecido o tenga su residencia o domicilio habitual en la Comunidad, así como cuando no resulte posible determinar su domicilio.

Teniendo en cuenta los preceptos anteriores, y en el caso particular de Google y su AdSense, pese a que la empresa cuenta con un establecimiento permanente en España, la prestación del servicio que tiene como objeto el AdSense no tiene como objetivo a dicha sede, con lo cual no resultaría aplicable esta regulación y, por tanto, entenderíamos que la prestación realizada no se encuentra sujeta a este impuesto. Sin embargo, en el caso de otras opciones o patrocinio propuestos por otras personas o empresas habrá que estar atentos al domicilio fiscal de la empresa que nos alquila el espacio

publicitario en línea a la hora de poder determinar si debe incluirse el IVA en las facturas que se realicen o no.

## **5. Responsabilidad por los contenidos**

### **La responsabilidad en general**

Las acciones de las personas que causan lesiones, ya sea en su patrimonio o en su persona, a terceros sufren el reproche que se articula en nuestro ordenamiento jurídico de varias maneras. Así la responsabilidad penal se ocupa de aquellas agresiones más graves y procura no sólo el resarcimiento económico a la víctima sino el castigo del responsable. Por su parte, aquellas agresiones que se consideran menos graves, se resuelven por la vía de la responsabilidad civil, que trata de obtener la compensación económica de los daños sufridos por la persona. Los contenidos creados en Internet son también plenamente válidos para producir las lesiones comentadas por anterioridad y, en consecuencia, pueden dar lugar a responsabilidades por los mismos, por lo que se debe ser prudente a la hora de redactar o elaborar los artículos y prever si los mismos pueden ser lesivos para terceros.

Dicho lo anterior, desde el momento en el cual se introduce la posibilidad de participación de los usuarios en la plataforma que utilizemos para expresar nuestras opiniones, característica tan propia de la Web 2.0, debemos observar la posibilidad de que de dichas actuaciones se deriven responsabilidades para el bloguer en base al especial vínculo que ostenta con los usuarios en su condición de titular del blog. De esta forma, se puede llegar dependiendo de las circunstancias concretas a que la responsabilidad se traspase al bloguer en caso de que no se pueda localizar al autor del comentario, o como en el caso civil, hacerle corresponsable. Es por esta razón que resulta aconsejable que el bloguer vigile los comentarios y, ante agresiones a terceras personas, reaccione retirando el comentario o incluso activando los servicios de moderación previa de los comentarios, dejando sólo publicarse aquellos libres de expresiones que el sentido común nos dicte que van más allá de la mera

crítica.

## **La responsabilidad del bloguer y la LSSI**

Aunque es muy común la creencia de la aplicación de la LSSI a los blogs, lo cierto es que respecto al régimen de exclusión de responsabilidad establecido en la misma, dicha aplicación no resulta clara. La razón de dicho hecho radica en la propia definición de Servicio de la Sociedad de la Información incluido en el Anexo de la LSSI, de acuerdo con el cual cumplirá los requisitos *"todo servicio prestado normalmente a título oneroso, a distancia, por vía electrónica y a petición individual del destinatario"*. Así, se puede dar la circunstancia de que un servicio prestado a través de la red no cumpla alguno de estos requisitos, cuyo contenido es el siguiente

- Prestado normalmente a título oneroso: Este requisito implica que debemos encontrarnos ante una actividad económica. La jurisprudencia europea ha venido interpretando este concepto en el sentido de que no resulta necesario la apreciación de una contraprestación pecuniaria, pudiendo darse la existencia de una contraprestación indirecta por el servicio efectivamente prestado. De esta forma, constituirá actividad económica incluso en el caso de contar con ingresos indirectos como son los obtenidos mediante los diversos sistemas de publicidad online existentes (como puede ser el clásico banner). De acuerdo con esta interpretación, y siempre que realicemos una interpretación estricta del contenido de este precepto, los blogs en que no se de actividad económica no podrán gozar del régimen de exclusión de responsabilidad establecido en la LSSI.
- A distancia: El servicio es prestado sin la presencia física de ambas partes. Dicho principio es fácilmente observable en la prestación de un servicio como es un blog o podcast

- Por vía electrónica: Serán prestados por vía electrónica los servicios enviado desde la fuente y recibido por el destinatario mediante equipos electrónicos de tratamiento (incluida la compresión digital) y de almacenamiento de datos y que se transmite, canaliza y recibe enteramente por hilos, radio, medios ópticos o cualquier otro medio electromagnético. De esta forma, la prestación de los servicios en que el usuario obtiene un determinado contenido *material* (circunstancia que se da en servicios tan utilizados en la actualidad como es la adquisición de billetes para viajar a través de agencias online) , o que no se realicen a través de los sistemas de transmisión de información mencionados no cumplirían este requisito.
- A petición individual del destinatario: Con este requisito se hace referencia a un servicio prestado mediante transmisión de datos a petición individual, y en que la comunicación es realizada asimismo de forma individual ( es decir, punto a punto )

Es el cumplimiento de la totalidad de los requisitos anteriores lo que nos permitirá establecer que dicho servicio queda sujeto a los supuestos de exclusión de responsabilidad que la LSSI realiza en sus artículos 13 a 17, debiendo analizar las características particulares de la prestación del servicio (como es si se hospedan los contenidos, se enlaza a contenidos ajenos, entre otros) a la hora de establecer qué régimen de responsabilidad de los indicados es el efectivamente aplicable a nuestro caso.

No obstante lo anterior, la propia LSSI nos indica que el prestador de servicios no queda al margen de la responsabilidad que pueda derivarse de su actuación, estando éste sometido al régimen general de responsabilidad civil, penal y administrativa que se imponga en otras normas.

Sin embargo, y una vez leídas y analizadas las características propias de los servicios mencionados en los artículos 14 a 17 LSSI, difícilmente puede predicarse que las características propias de un blog se den claramente en alguno de estos supuestos. De esta forma, podemos observar como en la

Directiva y posteriormente en la LSSI no se contempla dicho supuesto de forma expresa como un servicio de intermediación al que le resulte aplicable la exclusión de responsabilidad, si bien aparece el supuesto de suministro de información por vía telemática como ejemplo de servicio de la SI en el Anexo de la Ley. Así, y salvo que consideremos el blog como un servicio de provisión de instrumentos de búsqueda, acceso y recopilación de datos o enlaces a otros sitios de Internet (a causa de los enlaces o buscadores que pueda incorporar), y teniendo en cuenta que las aportaciones realizadas por terceros pueden entenderse como parte normal en el desarrollo de una conversación y que el objeto del servicio no es el hospedaje de dichos comentarios, no podemos considerar que les resulte aplicable el régimen de responsabilidad atenuada de la LSSI.

Por otro lado, la imposibilidad de aplicar la LSSI a un supuesto concreto no debe implicar una interpretación a sensu contrario de las cláusulas de exclusión de responsabilidad que conlleve en dicho supuesto la automática atribución de responsabilidad al titular del servicio. En este supuesto, deberá aplicarse el sistema general del derecho común y las reglas en él contenidas con tal de depurar las eventuales responsabilidades en que se haya incurrido.

### **La responsabilidad civil**

El régimen de exclusión de responsabilidad establecido en los [artículos 13 a 17 de la LSSI](#) se aplicará cuando el blog o podcast en cuestión se enmarque dentro del ámbito de aplicación de dicha norma, definido por el concepto de servicios de la sociedad de la información contenido en su Anexo.

Dicha definición ha planteado no pocos problemas interpretativos, dado que la norma anterior considera servicios de la sociedad de la información aquellos que constituyan una actividad económica, ya no sólo que genere rendimientos económicos o ingresos directos, sino también cuando incluyan cualquier tipo de publicidad o patrocinio que suponga una contraprestación aunque sea en especie y contribuya a su mantenimiento, como por ejemplo el alojamiento de dichos contenidos. Igualmente, los sitios web corporativos o de profesionales

liberales (sean blogs o no), en los que simplemente se incluya información sobre sus actividades o los productos o servicios que ofrecen en el mercado, también constituirían un servicio de la sociedad de la información en los términos de dicha ley.

En este sentido, un espacio web personal que incluya un blog o un podcast, por el mero hecho de incluir anuncios como los de [Google AdSense](#), lo que es muy habitual podría acogerse al régimen de exclusión de responsabilidad de la LSSI siempre y cuando interpretemos que constituye uno de los servicios de la SI que cuenta con dicha posibilidad. Como ejemplo, una reciente Sentencia del Juzgado de 1ª Instancia nº1 de Mondoñedo (Lugo), de fecha 5 de noviembre 2008 exoneró de responsabilidad a los administradores de un foro por los comentarios que los usuarios vertieron en el mismo, llegando a la conclusión que resulta aplicable el régimen de exclusión de responsabilidad establecido para los prestadores de servicio de hospedaje, realizando así una interpretación amplia de dicho contenido. De acuerdo con el contenido de la Sentencia, no pudo acreditarse el conocimiento efectivo por parte de los administradores del foro. Son hechos probados y así se declaran que en octubre de 2.006, don P. C. P. y don J. A. B., crearon la página web [www.mindoniense.com](http://www.mindoniense.com), asumiendo su titularidad y administración con la finalidad de informar sobre noticias de Galicia en general y de Mondoñedo en particular, Inicialmente, los demandados, y con sus propios recursos económicos, abonaban una cuota anual a un prestador de servicios de hosting. Al cabo de un tiempo, los administradores del foro decidieron financiar el pago de este alojamiento por medio de la contratación de “banners” publicitarios. A principios del año 2007, y dentro de la página web referida, los demandados diseñaron un foro en el que dos realizaron manifestaciones que parecían atentar contra el honor del Sr. R.V. Como consecuencia de estas expresiones, el Sr. R.V. presentó denuncia en el Juzgado de 1 Instancia e Instrucción n 2 de Mondoñedo. La actividad de administración de la página web “[mindoniense.com](http://mindoniense.com)” permite definir a los demandados, con la finalidad de determinar el régimen de responsabilidad civil al que deban quedar sujetos, como “prestadores de servicios de la sociedad de la información”. Junto con esta actividad, se constata la existencia de una actividad económica

consistente en contratar la emisión de publicidad en la página por medio del servicio “Adsense, y, en consecuencia. Teniendo en cuenta todos los hechos anteriores, el juez consideró que no se les pueda imputar responsabilidad alguna por las expresiones vertidas por los usuarios del foro dado que ni se ha acreditado que hubieran tenido conocimiento efectivo de que estos comentarios fueran atentatorios al honor del Sr.R. ni que tras haberse puesto en contacto la Unidad Orgánica de la Policía Judicial con el Sr. C., no los hubieran retirado una vez tomaron conocimiento del alcance de aquellas afirmaciones.

Por contra, respecto a los blogs o podcasts personales que no incluyan los contenidos anteriores, se aplicará el régimen de responsabilidad extracontractual de los [artículos 1902 y siguientes del Código Civil](#).

Junto a la declaración general de que todo el que causa un daño o perjuicio a otro, interviniendo culpa o negligencia, está obligado a repararlo, se incluyen posteriormente determinados casos en los que se responde respecto de los actos de terceros. Debe indicarse que el concepto civil de culpa es más amplio que el penal, en el sentido de que incluiría también la simple dejadez en las consecuencias previsibles de una conducta.

Aún cuando el Código Civil es de finales del siglo XIX, su regulación, la doctrina y la jurisprudencia han ido perfilando los casos en que debemos responder por los actos de un tercero. En relación a los blogs y podcasts, no cabe duda de que si hablamos de un blog de empresa u otro tipo de organización, la entidad responde en primera instancia de los actos de sus empleados, por los textos, imágenes u otros contenidos que incluyan, sin perjuicio de poder repetir contra ellos posteriormente por dichos perjuicios.

El caso más complejo lo presentan los comentarios a los blogs, dado que con dichas personas no existe ninguna relación laboral ni contractual. En una interpretación amplia de estas normas, siendo una web un espacio que dirige, gestiona y controla una persona u organización, debe exigirse una cierta

supervisión sobre las aportaciones de terceros, cuya falta podría acarrear la responsabilidad del titular. Por otro lado, si la LSSI establece que no existe una obligación de supervisión de los contenidos de terceros cuando es aplicable, también podemos pensar que fuera de los casos en que se aplique la LSSI sí existe responsabilidad.

Por analogía, a los sitios web se les ha aplicado también el régimen de responsabilidad de los medios de comunicación y, en concreto, de las publicaciones y prensa escrita. Ciertamente, es difícil determinar qué es un medio de comunicación, pero si entendemos por esto los medios que permiten, a través del uso de la información, contribuir a la crítica y al debate en una sociedad democrática, determinados blogs y podcasts entrarían en este concepto.

La consecuencia de lo anterior es que, aplicando asimismo la [Ley 14/1966, de 18 de marzo, de Prensa e Imprenta](#), existiría una responsabilidad civil por actos u omisiones ilícitas de tipo solidario entre el autor del comentario y el responsable o titular de la web, pudiendo cualquiera de ellos ser objeto de reclamación. No obstante, y dado que en ocasiones será difícil o incómodo localizar a dicho autor, es más probable que recaiga sobre los segundos.

### **La responsabilidad penal**

Básicamente, la diferencia entre la responsabilidad civil y la penal es que la primera busca principalmente un resarcimiento de la víctima ante un perjuicio, mientras que la segunda supone la represión de una conducta por parte del Estado por medio de una sanción.

Salvando, al igual que en el caso anterior, los casos en que sea de aplicación específica la LSSI, en el caso de conductas que constituyan delito o falta (por ejemplo, injurias o calumnias, usurpación del estado civil, descubrimiento y revelación de secretos, lesiones al honor, la intimidad o la propia imagen, o la infracción de derechos de propiedad intelectual o industrial), la responsabilidad recaería, conforme al [Código Penal](#), en los autores y sus cómplices.

Estos conceptos merecerían un análisis más profundo a propósito de qué contribuciones atribuyen la condición de autor, existiendo las figuras como las del inductor (quien está detrás del autor material) o el cooperador necesario (cuya colaboración es esencial para la realización el acto), si bien esto queda fuera de los propósitos de esta Guía.

En esencia y centrándonos al caso de blogs (o webs en general) y podcasts, será responsable quien profiera insultos contra otra persona, revele datos personales o íntimos, haga uso sin autorización y ánimo de lucro de obras de propiedad intelectual,... y no necesariamente el titular o responsable del blog o del podcast. Con todo, tampoco es descartable esto último, pues una web puede ser utilizada como plataforma para la difusión de determinados contenidos injuriosos, por ejemplo, sin la cual éstos no tendrían la misma repercusión. Esto es muy matizable, si bien conviene tenerlo presente como posibilidad de imputación de responsabilidad.

Para evitar situaciones injustas de acuerdo con lo anterior, el Código Penal contempla un régimen de responsabilidad en cascada, todo ello para mitigar la responsabilidad de los medios de comunicación.

En este sentido, el artículo 30 establece que, en primer lugar, responderán quienes hayan redactado el texto, reproducido el signo, en su caso, y los inductores. Posteriormente, de forma excluyente y subsidiaria, los directores de la publicación o programa, los directores de la empresa editora, emisora o difusora y los directores de la empresa grabadora, reproductora o impresora.

De acuerdo con lo anterior, en caso de que no se pudiera identificar o localizar al autor de unos comentarios, respondería penalmente el titular del blog o del podcast.

Aún cuando algunos tribunales han aplicado dicha norma, presenta el inconveniente de que se refiere a medios o soportes de difusión mecánicos, lo que la alejaría del ámbito de Internet y en concreto de los blogs, y teniendo en cuenta que la analogía en el ámbito penal no es posible aplicarla cuando

perjudique al acusado, de acuerdo con el principio de legalidad, no debería aplicarse en estos casos.

Es recomendable, en cualquier caso, poner los medios suficientes para poder identificar a cualquier colaborador o participante en un blog o podcast, de modo que puede atribuírsele responsabilidad a éste en primera instancia, y no a su responsable.