

# Diplomado en Marketing Digital

Aspectos legales

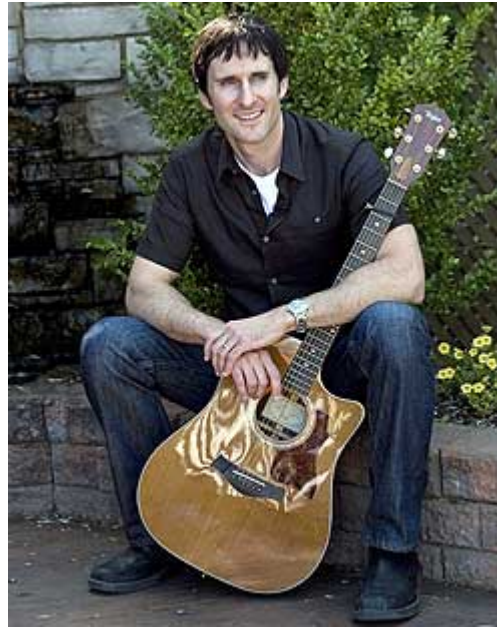
Por: Jorge Molet



# Índice:

1. **Derechos de los creadores de contenidos.**
2. **Nombres de dominio.**
3. **Legislación en México.**
4. **Privacidad en la web.**
5. **Términos y condiciones de uso de las plataformas 2.0.**
6. **Desarrollo de un protocolo legal y de privacidad en las empresas (IBM *Secure Computing and Social Computing Guidelines*).**

# Caso práctico antes de empezar



- *Dave Carroll* y su relación con **UNITED** 

Agradecimiento al Dr. Alfredo Reyes Krafft.

# Caso práctico antes de empezar

- Ante testigos, maltratan equipaje y rompen a Dave su guitarra marca Taylor de US\$3,500.
- Se queja con los sobrecargos (3 sobrecargos) y le dicen: que hable con la responsable de afuera del avión.
- Ella le dice: que hable con la cuadrilla de apoyo en Omaha. Al llegar a Omaha no había cuadrilla.
- Un agente le dice que hable con el agente de United en Omaha. Llama y le dicen: que llame a las oficinas de United en Halifax (Nueva Escocia).
- Llama a Halifax y ... lo redireccionan al centro de atención en la India.
- Ahí le dicen: que llame a la oficina de equipajes de United en Chicago.

# Caso práctico antes de empezar

- Llama a Chicago y le dicen: que vaya a las oficinas de Chicago para inspección de la guitarra. Les dice que está a 1,200 millas de Chicago.
- Y le dicen: que llame a las oficinas de NY. Llama a NY y ... lo re direccionan a las oficinas de la India. La agente en la India le promete que lo contactarán desde Chicago.
- Recibe un email de un agente de Chicago diciendo que como no presentó la queja en las primeras 24 horas («para evitar fraudes»), no se puede hacer nada. Pide hablar con la supervisora y le dicen que el caso está cerrado. (7 meses transcurridos).
- Como protesta: [http://www.youtube.com/watch?v=W2OlujL3\\_xo](http://www.youtube.com/watch?v=W2OlujL3_xo)



# RESULTADOS DE LA CANCIÓN

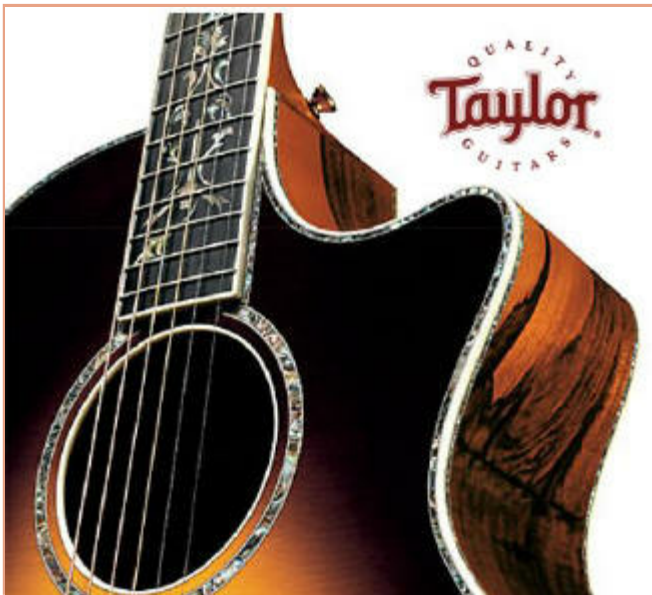
- La primera canción se sube a YouTube: 6-Jul-09
- Al día siguiente está en Twitter
- Publican historia en Digg
- Aparece en sitio Web de Los Angeles Times
- Aparece en medios del Reino Unido
- Consumerist.com adopta el video
- CNN, CBS, NBC, ...
- 10-Jul: 1.6M de visitas.
  - Se convierte en el video musical #1 de todos los tiempos en YouTube,
  - y el #3 en todas las categorías.
- A fin de Julio: 4.6M de visitas.
- En Nov-09: 6M de visitas en YouTube y 100M total.

## List of YouTube personalities

From Wikipedia, the free encyclopedia

Personalidades de YouTube son aquellas personas o grupos que han llegado a la fama por su aparición en videos en YouTube.

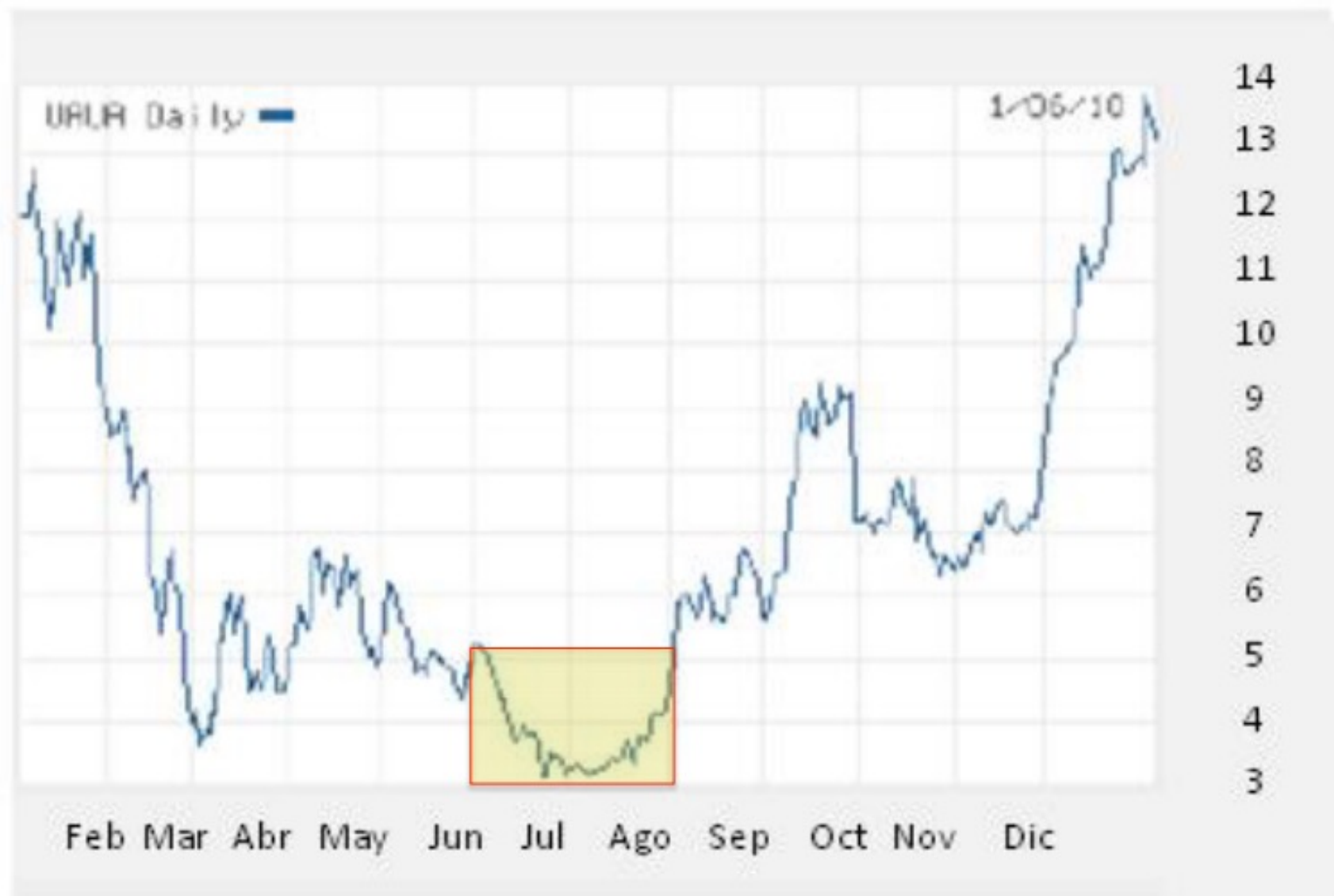
<u><a href="#">Dave Carroll</a></u> and band, <u><a href="#">Sons of Maxwell</a></u>	sonsofmaxwell	Created three popular music videos, beginning with " <u><a href="#">United Breaks Guitars</a></u> " in protest of Carroll's treatment at the hands of <u><a href="#">United Airlines</a></u> which proved a public relations debacle for the airline.	En enero de 2012, Carroll y "United Breaks Guitars" fueron presentados en el CBC / CNBC con el Documental: «Customer (Dis)Service.»
--	---------------	---	---



Por la promoción que le hizo a la Empresa TAYLOR, fabricante de guitarras eléctricas, le ofrecieron a Dave no tener que volver a comprar otra guitarra en su vida...



# PRECIO DE LAS ACCIONES DE UNITED AIRLINES



**Caída de las acciones: 10%: US\$180M**



# 1. Derechos de los creadores de contenidos.

Derechos de Autor  
Propiedad Industrial



# ¿Qué es el derecho de autor?

Rama del Derecho que regula los derechos subjetivos del autor sobre las creaciones que presentan individualidades resultantes de su actividad intelectual.

¿Qué es el Derecho de Autor?



- a). El Derecho de Autor es el reconocimiento que hace el Estado;
- b). A favor de todo creador;
- c). De obras literarias y artísticas a que se refiere la ley.

## ¿En qué momento se protege la obra?



Art. 2. 2) del Convenio de Berna: “...queda reservada a las legislaciones de los países de la Unión la facultad de establecer que las obras literarias y artísticas o algunos de sus géneros no estarán protegidos mientras no hayan sido **fijados en un soporte material.**”

Artículo 5 LFDA.- “La protección ... se concede a las obras desde el momento **en que hayan sido fijadas en un soporte material**, independientemente del mérito (buena o mala), destino (meta u objetivo) o modo (manera o forma) de expresión”

# ¿Qué obras protege el Derecho de Autor? (1)

Protege entre otras divisiones:

**Obras originales** (originarias o primigenias): Que pueden ser literarias, musicales, teatrales o dramáticas, artísticas, científicas y audiovisuales y los programas de cómputo. (Todas ellas físicas o digitales).

**Obras derivadas:** Que pueden ser adaptaciones, traducciones, compilaciones, anotaciones y comentarios, resúmenes y extractos, arreglos musicales y otras transformaciones. (Ej. Caso de download de música adaptada mediante tarjetas).

## ¿Qué obras protege el Derecho de Autor? (2)

Cualquiera que sea su modo de expresión, aunque para su protección también deben ser originales, es decir, presentar **originalidad o individualidad, susceptibles de ser divulgadas o reproducidas** en cualquier forma o medio.





## ¿Qué obras protege el Derecho de Autor? (3)

### **Obras literarias:**

**Escritas.** Ejemplos: Poemas, novelas, cuentos, obras científicas, didácticas, técnicas. También los eslóganes publicitarios, almanaques, anuarios, formularios, cuadros sinópticos, folletos, catálogos, compilaciones, recetas culinarias, que por su selección y ordenamiento importan esfuerzos intelectuales y son originales e individuales de los que ya existen.

Entre muchas otras como orales, musicales, teatrales, pintura, dibujo, arquitectónicas, cinematográficas, radio, TV, etc.

## ¿Qué NO protege el derecho de autor? (1)

Ideas, fórmulas, soluciones, conceptos, métodos, sistemas, principios, descubrimientos, procesos e invenciones de cualquier tipo.

El aprovechamiento industrial o comercial de las ideas contenidas en las obras;

Los esquemas, planes o reglas para realizar actos mentales, juegos o negocios;



## ¿Qué no protege el derecho de autor? (2)

Las reproducciones o imitaciones, sin autorización, de escudos, banderas o emblemas de cualquier país, estado, municipio o división política equivalente, ni las denominaciones, siglas, símbolos o emblemas de organizaciones internacionales, gubernamentales, no gubernamentales, o de cualquier otra organización reconocida oficialmente, así como la designación verbal de los mismos;

## ¿Qué no protege el derecho de autor? (3)

Los textos legislativos, reglamentarios, administrativos o judiciales, así como sus traducciones oficiales;

Sin embargo, serán objeto de protección las concordancias, interpretaciones, estudios comparativos, anotaciones, comentarios y demás trabajos similares que entrañen, por parte de su autor, la creación de una obra original;

## ¿Qué no protege el derecho de autor? (4)

El contenido informativo de las noticias, pero sí su forma de expresión; y

La información de uso común tal como los refranes, dichos, leyendas, hechos, calendarios y las escalas métricas.

Refrán: Dicho agudo y sentencioso de uso común.

Dicho: Palabra o conjunto de palabras con que se expresa oralmente un concepto cabal. *Dicho agudo, oportuno, intempestivo, malicioso.* / Ocurriencia chistosa y oportuna.

¿Que son los Twitts?



# ¿Qué aspectos de la obra protege el derecho de autor? (1)

## Derechos Morales y Patrimoniales.

### **Derechos Morales**

*El derecho moral se considera unido al autor y es inalienable (no se puede enajenar o vender), imprescriptible (que no puede prescribir), irrenunciable e inembargable (el derecho no pero sus frutos si).*

Divulgación, paternidad de la obra, integridad, arrepentimiento.

Ej. Caso Café de la Selva.

## ¿Qué aspectos de la obra protege el derecho de autor? (4)

### **Derechos Patrimoniales.**

En virtud del derecho patrimonial, corresponde al autor (y sus herederos en segundo lugar) el derecho de explotar de manera exclusiva sus obras, o de autorizar a otros su explotación (licencias), en cualquier forma (siempre acordada), dentro de los límites... de la ley y sin menoscabo de la titularidad de los derechos morales.

Percibir regalías y prohibir la reproducción, publicación, edición, fijación material, la comunicación pública, la exhibición por medio de telecomunicaciones, la transmisión pública por radio, cable o cualquier medio conocido o por conocerse, distribución o venta de las obras, importación de copias sin autorización, la divulgación de obras derivadas, cualquier utilización pública.

## ¿Cuál es la vigencia de los Derechos Patrimoniales? (1)

Convención de Berna.- *“La protección concedida por el presente Convenio se extenderá durante **la vida del autor y cincuenta años** después de su muerte.”*

## ¿Cuál es la vigencia de los Derechos Patrimoniales? (2)

En México:

Derechos patrimoniales del autor en general: La vida del autor y a partir de su muerte, **cien años** más.

Para las personas retratadas: **cincuenta** años después de su muerte.

Artistas intérpretes o ejecutantes: **Sesenta y cinco** años a partir de la primera fijación, interpretación o transmisión por cualquier medio.

## ¿Cuál es la vigencia de los Derechos Patrimoniales? (3)

Editores de Libros: **Cincuenta** años a partir de la primera edición.

Productores de fonogramas: **Sesenta y cinco** años a partir de la primera fijación.

Productores de videogramas: **Cincuenta** años a partir de la primera fijación; y

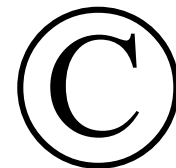
Organismos de radiodifusión: **Cincuenta** años a partir de la primera emisión original.



# Derechos conexos o vecinos

- Sociedades de Gestión Colectiva.

- Creative commons



# Sociedades de Gestión Colectiva en México

- Sociedad de Autores y Compositores de México.
- Sociedad General de Escritores de México, S.G.C. de I.P.
- Sociedad Mexicana de Autores de las Artes Plásticas.
- Sociedad Mexicana de Directores Realizadores de Obras Audiovisuales, S.G.C. de I.P.
- Sociedad Mexicana de Coreógrafos, S.G.C. de I.P.
- Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor, S.G.C. de I.P.
- EJE” Ejecutantes, S.G.C. de I.P
- Sociedad Mexicana de Autores de Obras Fotográficas.
- Sociedad Mexicana de Productores de Fonogramas, Videogramas y Multimedia, S.G.C. de I.P.
- Unión Iberoamericana de Humoristas Gráficos.
- Sociedad Mexicana de Ejecutantes de Música, S.G.C. de I.P
- Asociación Nacional de Intérpretes, S.G.C. de I.P.
- Sociedad de Autores de Obras Visuales Imagen del Tercer Milenio, S.G.C. de I.P.
- Sociedad de Argumentistas y Guionistas de Cine, Radio y Televisión, S.G.C. de I.P.

Lucro Directo o Lucro Indirecto.

# SACM / EMMAC

SACM / EMMAC

Sociedad de Autores y Compositores de México  
Editores de Música

The Netflix logo, consisting of the word "NETFLIX" in white, bold, sans-serif capital letters with a black drop shadow, set against a solid red rectangular background.

### Porcentajes de las Licencias para usos digitales EmmacSacm

Licencia	Porcentaje	Tarifa Mínima (Aplica lo que sea mayor entre el porcentaje y el mínimo)
Descarga de Obras Musicales	9% del precio de venta al público	Mínimo por obra \$0.07 USD
Música en Streaming	12% de todos los ingresos por publicidad	\$0.005 USD por stream
Música en Streaming con suscripción	12% de todos los ingresos de suscripción más publicidad	Mínimo por suscriptor por mes \$0.93 USD
Webcast	11% de todos los ingresos por publicidad	\$0.005 USD por stream
Webcast con suscripción	11% de todos los ingresos de suscripción más publicidad	Mínimo por suscriptor por mes \$0.93 USD
Video On Demand (Streaming)	0.5% de todos los ingresos de suscripción más publicidad	
Garantía mínima como anticipo	Se negociará en cada caso en buena fe entre las partes	



# Creative Commons

- Licencia considerada NO de cultura libre.



- Licencia de cultura libre:



# Generales.

- Alrededor de un millón y medio de pesos.
- 40% de las ventas totales.
- Daños y perjuicios.
- Autoridad encargada: Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR).
- Ley Federal del Derecho de Autor.

# Derechos de los creadores de contenidos.

## Propiedad Industrial.

- Monopolio autorizado
- Ley Actual: Ley de la Propiedad Industrial
- Marco Jurídico Nacional y Tratados.
- Autoridad: Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI).

# Derechos de los creadores de contenidos.

Duración de los derechos:

- Patentes (20 años)
- Modelos de Utilidad (10 años)
- Diseños Industriales (15 años)
- Modelos Industriales (15 años)
- Secretos industriales ( $\infty$ )

# Derechos de los creadores de contenidos.

Signos distintivos:

- Marcas: Nombres o símbolos con los que se identifican productos o servicios.
- Nombres Comerciales: En zona geográfica específica.
- Avisos Comerciales: Sloganes.
- Denominaciones de Origen: Cualidades geográficas o humanas.

# Derechos de los creadores de contenidos.

- Protección de éstos derechos en Internet (*Notice & Take Down* y *Digital Rights Managements*).
  - Digital Millenium Copyright Act.
  - Como funciona. Mecanismo.
  - Buenas prácticas en redes sociales fuera de EEUU.
  - Situación en México.
  - Alianza Trans Pacífico (TTP). ACTA.
  - AMIPCI vs SACM
- Digital Rights Managements.

# Derechos de los creadores de contenidos.

- Problemática de blogs y redes sociales.
  - Redes Sociales
    - Uso de nombres no protegidos aún
    - Usurpación de personalidad
    - Phishing
    - Comercialización de productos sin licencia.
  - Blogs
    - Venta de productos no es libertad de expresión.

# Derechos de los creadores de contenidos.

- Casos prácticos en México.
  - Caso Telefónica (Venta de productos sitios y dominios).
  - Caso Facebook por uso de marcas.
  - Luis Vuitton en E-bay.



## 2. Nombres de dominio.



# Nombres de dominio.

- Cómo se forma un nombre de dominio?



# Nombres de dominio

- Códigos Genéricos (gTLD).
- Genéricos abiertos (1984 y 2001): .com .net .org .info .name...  
[http://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_Internet\\_top-level\\_domains](http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Internet_top-level_domains)
- Genéricos restringidos (1984, 2001, 2006): .int .gov .edu .mil .asia .cat .xxx
- Nuevos genéricos: .green .rome. Berlin .nyc .africa .sport .music .food .app .amazon .google . ibero .ibm  
<http://newgtlds.icann.org/es/announcements-and-media/video/overview-es>

# Nombres de dominio

- Códigos Territoriales (**ccTLD**).
- Con un enfoque primordialmente a la comunidad local: .ar .br .fr .jp .hn .mx .uk .us .pr .jm .it +200
- Con un enfoque primordialmente a la comunicada global: .as .co
- <http://www.iana.org/domains/root/db>

# Nombres de dominio.

- Administración internacional.



- La **Corporación de Internet para la Asignación de Nombres y Números** (en inglés: *Internet Corporation for Assigned Names and Numbers*; **ICANN**) es una organización sin fines de lucro creada el 18 de septiembre de 1998 con objeto de encargarse de cierto número de tareas realizadas con anterioridad a esa fecha por otra organización, la IANA (Internet Assigned Numbers Authority). Su sede radica en California y está sujeta a las leyes de dicho Estado.

# Nombres de dominio.

- Administración nacional.



- NIC México (Network Information Center México) o NIC.MX es la organización responsable de Administrar el código territorial (Country Code Top Level Domain - ccTLD) .MX.

# Nombres de dominio.

Disputas de nombres de dominio.

- Proceso de compra: Registry, Registrar, Registrant.
- Whois.
- Contactos.

# Nombres de dominio.

- **Disputas de nombres de dominio.**
- El Titular (Registrante) y los Contactos conocen y aceptan:
  - Que tienen capacidad y personalidad jurídica.
- **Que el(los) Nombre(s) de Dominio que se pretenda(n) o llegue(n) a registrar:**
  - Cumple(n) con las Políticas.
  - No violan directa o indirectamente derechos de un tercero.
  - Se solicita para fines lícitos.
  - Que cumplen con todos los requisitos para registrar y/o usar el o los Nombres de Dominio registrados.
  - Que las declaraciones que han efectuado en el procedimiento para el registro del o de los Nombre(s) de Dominio son ciertas, exactas y completas, así mismo acepta la obligación de actualizarla.



# Nombres de dominio.

- **Disputas de nombres de dominio.**
- Que asume la responsabilidad de mantener la confidencialidad de la contraseña, por lo que el Registrante será responsable por el uso que se haga de la misma.
- Que no adquieren derechos de marcas registradas y que es responsabilidad del Titular del Nombre de Dominio asegurarse que no está violando ningún derecho de propiedad intelectual.
- Que el Titular es el responsable del registro y del uso que se le dé a un Nombre de Dominio, haciéndose responsable no sólo de sus propios actos sino de los de sus dependientes, agentes, familiares o terceros.
- Que el Registrar y el Registry .MX simplemente están administrando el espacio de Nombres de Dominio.
- **Se somete a la política en caso de disputa.**

# Nombres de dominio.

- **Disputas de nombres de dominio.**
  - ICANN creo la:
    - Política uniforme de solución de controversias en materia de nombres de dominio
    - Reglamento de la Política uniforme de solución de controversias en materia de nombres de dominio
  - NIC creo la:
    - Políticas de solución de controversias en materia de nombres de dominio para .MX (LDRP)
    - Reglamento de solución de controversias

# Nombres de dominio.

- Disputas de nombres de dominio.
- Organismos de resolución de controversias.



ORGANIZACIÓN  
MUNDIAL  
DE LA PROPIEDAD  
INTELECTUAL

# Nombres de dominio.

- **Procedimiento.**

## **UDRP y LDRP**

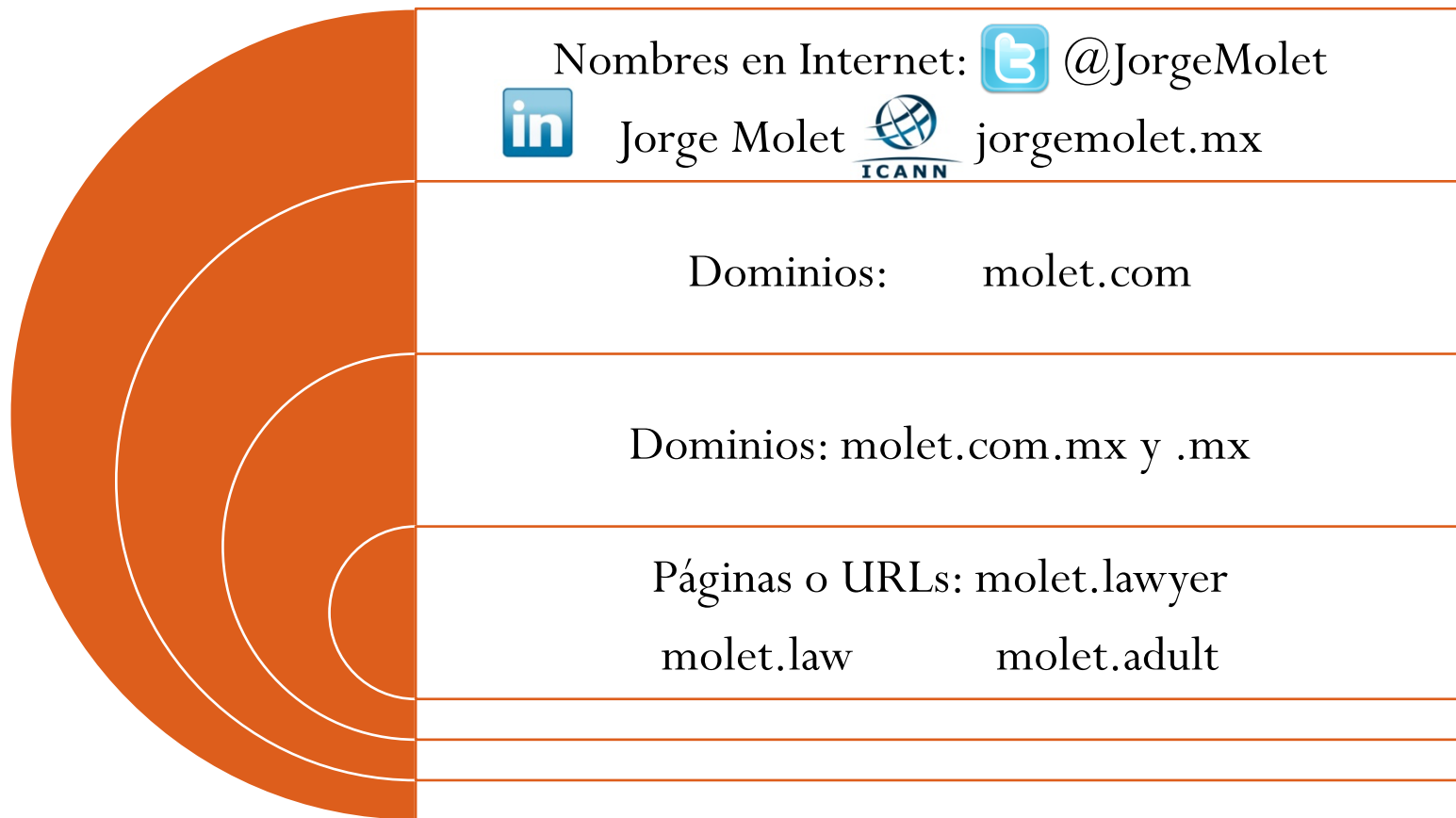
- **Transferencia, cancelación, negativa.**

## **COMERCIAL**

**Transferencia o negativa.**

# Nombres en Internet

Sub dominios en blogs y redes sociales.



# Nombres de dominio.

- Casos prácticos de dominios en México .MX.

- Caso 7eleven.com.mx.
- Caso tiendarayados.com.
- Caso bancowalmart.com.
- Caso splenda.com.
- Caso pumasunam.com.mx

[http://www.wipo.int/amc/en/domains/search/text.jsp?  
case=DMX2011-0016](http://www.wipo.int/amc/en/domains/search/text.jsp?case=DMX2011-0016)

### 3. Legislación en México.

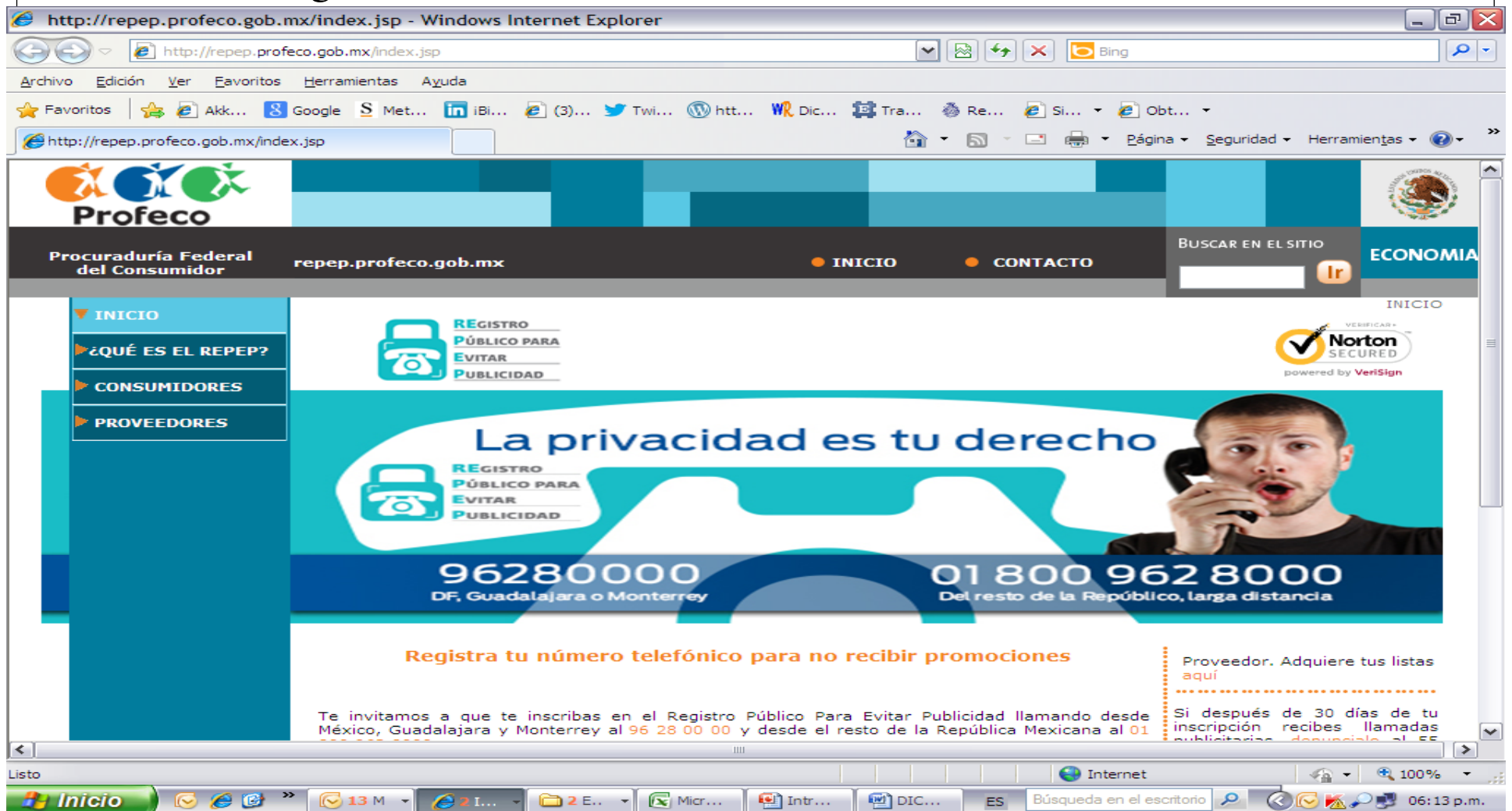
# Legislación en México.

- Protección al consumidor y SPAM.
- Ley Federal de protección al Consumidor. Deberes del proveedor:
  - Confidencialidad de la información del consumidor.
  - Utilizar herramientas técnicas para brindar seguridad y confidencialidad.
  - Proporcionar previo a cualquier transacción su domicilio y teléfono.
  - Evitar prácticas comerciales engañosas.
  - Proporcionar información sobre términos, costos, cargos adicionales, y demás información de lo que se ofrece.
  - Respetar pedidos y no recibir avisos comerciales (SPAM).
  - Estrategias de venta claras y con suficiente información (SPAM).



# Legislación en México.

- Regulación jurídica del *SPAM*. Multas de hasta 2 millones.



# **Delitos informáticos**

Código Penal Federal  
(Delitos castigados en  
nuestra legislación)

**Espionaje Art 127 al 129**

(Virus informáticos, Ingenierías 'social, intervención de comunicaciones)

**Rebelión Art. 133 al 135**

(Sitios Web, Comunicaciones móviles)

**Terrorismo Art. 133 al 135**

(Códigos maliciosos, Sitios Web, Comunicaciones Móviles)

**Sabotaje Art. 140**

(Códigos maliciosos, Ingeniería social, Acceso no autorizado a sistemas informáticos y/o de Telecomunicaciones)

**Conspiración Art. 141**

(Difusión a través de Internet y Dispositivos Móviles)

**Delitos en Materia de Vías de Comunicación Art. 167-168**

(Códigos maliciosos, intervención de comunicaciones, decodificación de comunicaciones)

**Violación de Correspondencia Art. 173, 176, 177**

(Códigos maliciosos, intervención de comunicaciones, decodificación de comunicaciones)

**Delitos contra la salud Art. 193,194**

(Difusión a través de Internet y Dispositivos móviles)

**Corrupción de personas Art. 200, 202, 202 Bis**

(Difusión a través de Internet y Dispositivos Móviles)

**Trata de Personas Art. 205, 206 Bis**

(Difusión a través de Internet y Dispositivos Móviles)

**Falsedad Art. 234-246** (Falsificación de documentos a través de Software y Hardware, Distribución a través de Internet y Dispositivos móviles de comunicación)

**Delitos contra la paz y seguridad de las personas (Amenazas) Art. 282 y 283** ( Correo electrónico, mensajería instantánea, mensajes escritos, telefonía móvil)

**Homicidio Art. 302** ( Códigos maliciosos, redes informáticas, sistemas informáticos)

**Robo Art. 367,368** ( Códigos maliciosos, ingeniería social, redes informáticas, sistemas informáticos, redes de telefonía móvil y fija)

**Fraude Art. 386** ( Phishing, pharming, Ingeniería social, códigos maliciosos, redes bot)

**Extorción Art. 390** ( Correos electrónicos, mensajería instantánea, mensajes de texto telefonía móvil)

**Operaciones con recursos de procedencia ilícita Art. 400** ( Fraudes financieros, difusión WEB, dispositivos móviles)

**Delitos Electorales Art. 403,405** ( Correos electrónicos, mensajería instantánea, Internet)

**Delitos en Materia de Derechos de Autor Art. 424** ( Códigos maliciosos, ingeniería social, redes bot)

## 4. Privacidad en la web.



# Marco legal internacional.



Directiva 95/46/CE

24 de octubre de 1995



Sectorial



Asia-Pacific  
Economic Cooperation

ORGANISATION DE  
COOPÉRATION ET  
DE DÉVELOPPEMENT  
ÉCONOMIQUES



# Privacidad en la web.

- Marco legal de la protección de datos en México.

# Antecedentes

## Modelo General

- **Dip. Luis Miguel Gerónimo Barbosa Huerta (PRD).** Presentada en Septiembre 06, 2001.
- **Dip. Jesús Emilio Martínez Álvarez (Convergencia).** Presentada en Diciembre 1, 2005.
- **Dip. Norma Leticia Orozco Torres (PVEM).** Presentada el 02 de febrero del 2010

## Modelo Sectorial

- **Dip. Sheila Aragón (PAN).** Presentada el 22 de Marzo de 2006.
- **Dip. David Hernández Pérez (PRI).** Presentada en Febrero 23, 2006

## Modelo Híbrido

- Dip. Luis Gustavo Parra Noriega del PAN.** Presentada el 7 de octubre del 2008
- Dip. Adolfo Mota Hernandez del PRI.** Presentada el 11 de diciembre del 2008.

# Reformas Constitucionales

Reforma al art. 16, segundo  
párrafo.

DOF. 1º de junio de 2009.

- Toda persona tiene derecho a la protección de sus datos personales, al acceso, rectificación y cancelación de los mismos, así como a manifestar su oposición, en los términos que fije la ley, la cual establecerá los supuestos de excepción a los principios que rijan el tratamiento de datos, por razones de seguridad nacional, disposiciones de orden público, seguridad y salud públicas o para proteger los derechos de terceros.



# PUBLICACIÓN DE LA LEY

## LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES EN POSESIÓN DE PARTICULARES

- Publicación: 5 de julio de 2010.
- Reglamento: 21 de diciembre de 2011



**DIARIO OFICIAL  
DE LA FEDERACION**

ORGANO DEL GOBIERNO CONSTITUCIONAL DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

# Autoridad Competente:

- Antes:
  - Instituto Federal de Acceso a la Información Pública.
- Ahora:
  - Instituto Federal de Acceso a la Información Pública y Protección de Datos.
- Mantiene su acrónimo:



# Conceptos básicos

# ¿Que es un dato personal?

**DATOS PERSONALES:** Cualquier información concerniente a una persona física identificada o identificable.



De identificación: Nombre, edad, domicilio, sexo, RFC, CURP...

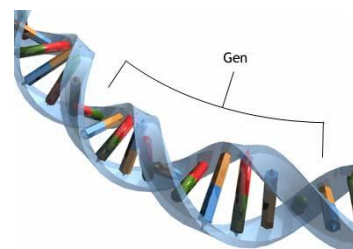
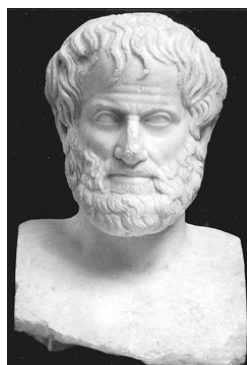


Patrimoniales: Cuentas bancarias, saldos, propiedades...



Biométricos: Huellas dactilares, iris, voz, firma autógrafa...

# Datos Personales Sensibles

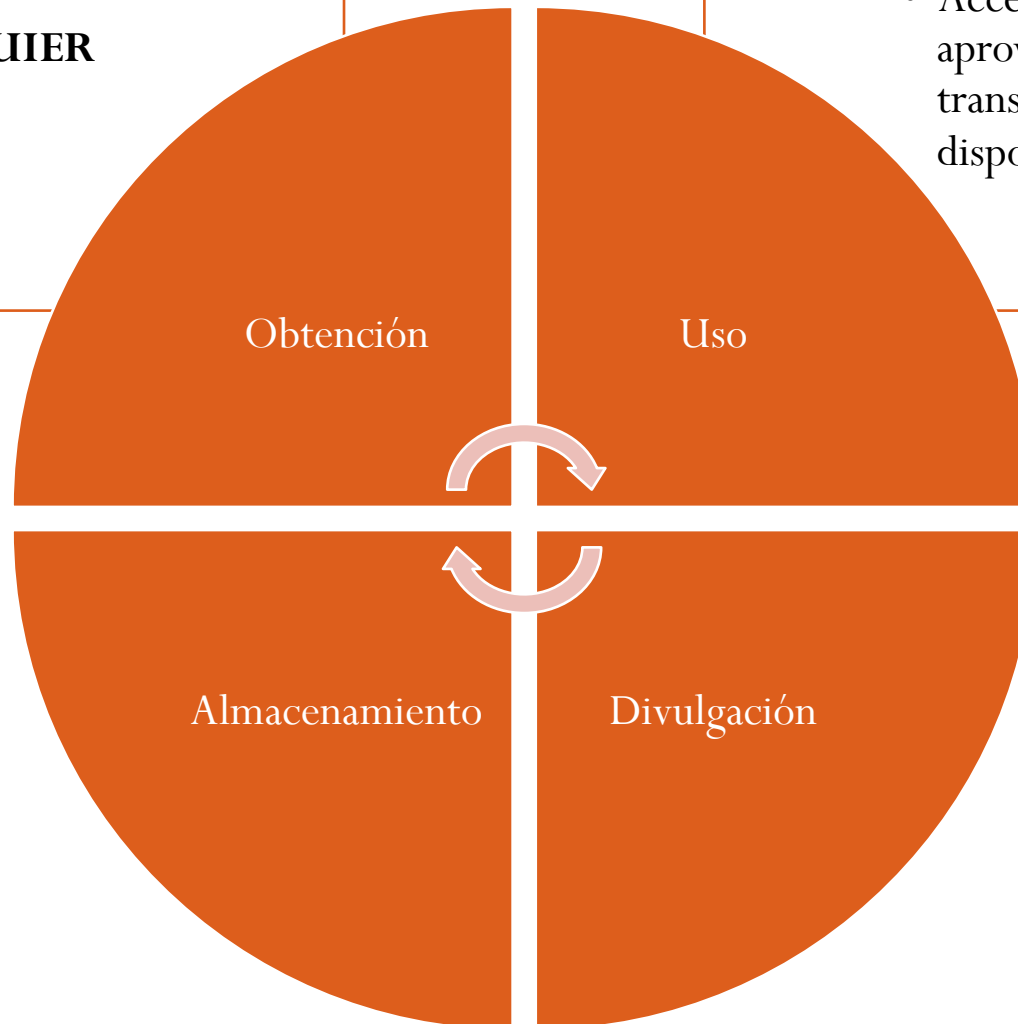


Que afecten la esfera más íntima de su titular y cuya utilización indebida pueda dar lugar a discriminación.

# ¿Qué es dar tratamiento?

- **POR CUALQUIER MEDIO.**

- Acceso, manejo, aprovechamiento, transferencia o disposición.



# Definiciones importantes

## Titular

Persona física a quién corresponden los datos personales



## Responsable

Persona o empresa que deciden sobre el tratamiento de datos personales



## Encargado

Persona o empresa que trate datos personales por cuenta del responsable, previa relación jurídica.

# Definiciones importantes

## Tercero

Persona física o moral, nacional o extranjera, distinta del titular o del responsable de los datos.



## Transferencia

Toda comunicación de datos realizada a persona distinta del responsable del tratamiento.



## Remisión

Comunicación de datos personales entre el responsable y el encargado, dentro o fuera del territorio nacional.



# Bases de datos

- La ley busca proteger los datos contenidos en bases de datos.
- Clientes, proveedores, empleados.

Otras bases de datos:

Ex empleados.

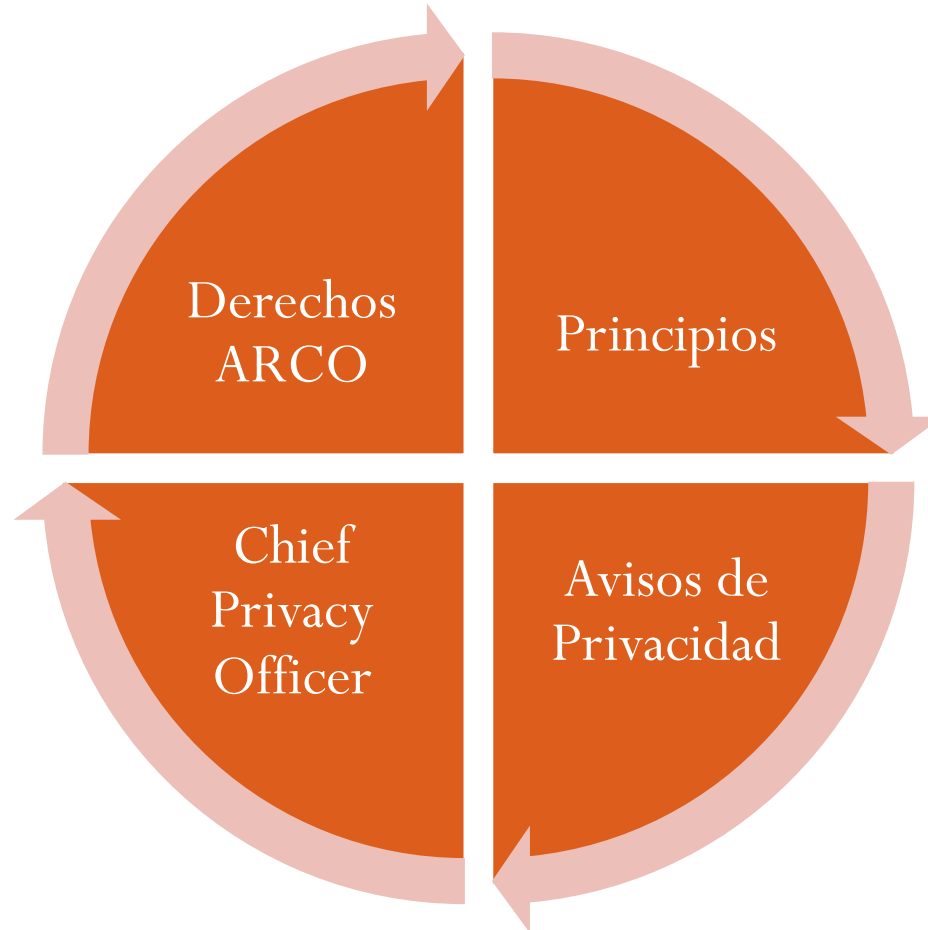
Ex clientes.

Ex proveedores.

Proyectos futuros.

E-mail marketing.

# Cuatro aspectos básicos para entender y cumplir con la Ley



# Derechos ARCO



# Principios

**Licitud.** Recabarse conforme a la Ley

**Consentimiento.** Sin C, no hay tratamiento.

**Información.** Aviso de Privacidad.

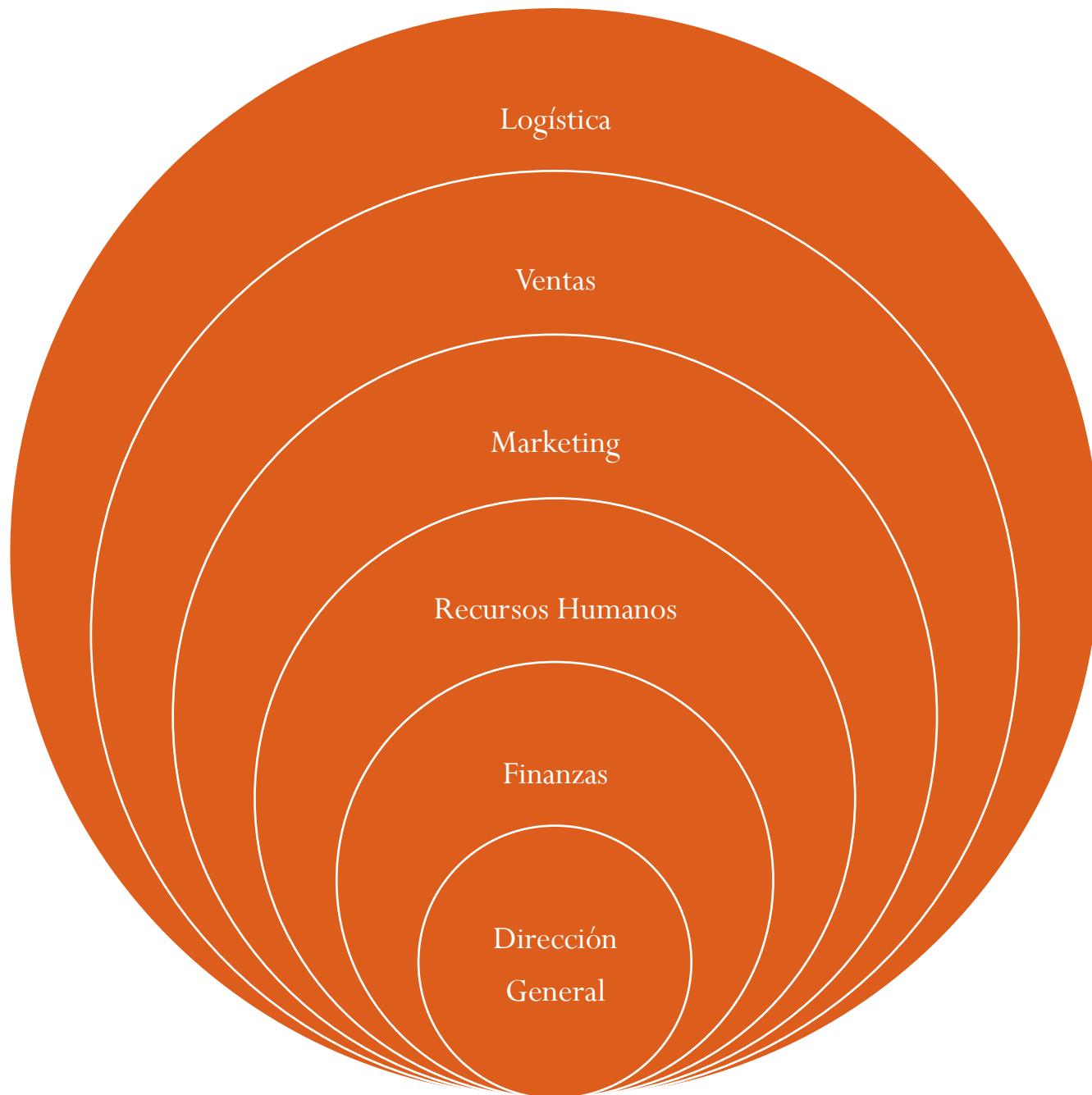
**Calidad.** Veracidad y exactitud de los datos.

**Finalidad.** El Tratamiento se basa en la Finalidad

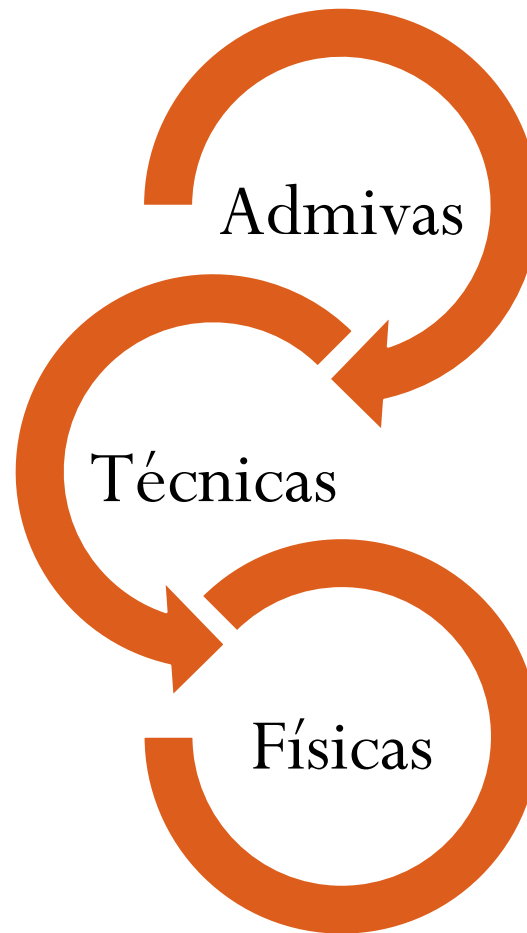
**Lealtad.** Nunca recabados por medios engañosos.

**Proporcionalidad.** Datos mínimos para la finalidad.

**Responsabilidad.** Medidas de seguridad. También 3s



# Medidas de seguridad



# Caso práctico

- Agencia española.
- Imagen de menores en Internet y redes sociales.
- No sanción.



# Departamento de Protección de Datos

## Desahogo de procedimientos

- Crear manual de procedimientos de:
- De cancelación
- De ejercicio de derechos ARCO

## Concientización

- Permear la importancia a toda la empresa
- Concientizar a todas las áreas.

# SANCIONES

## 6 Infracciones GRAVES

Infracción	Sanción
1. Actuar con negligencia o dolo en la tramitación de solicitud ARCO	Multa de \$6,233 a \$9,972,800 pesos.
2. Declarar dolosamente la inexistencia de datos personales	En caso de reincidencia reiterada, la multa adicional va de \$6,233 a \$19,945,600 pesos.
3. Dar tratamiento a datos personales en violación a los principios (licitud, consentimiento, información, calidad, finalidad, lealtad, proporcionalidad y responsabilidad)	SMGV 2012: \$62.33 (Área geográfica A)

# SANCIONES

## 6 Infracciones GRAVES

Infracción	Sanción
4. Omitir cualquiera de los requisitos del aviso de privacidad, que refiere el artículo 16.	Multa de \$6,233 a \$9,972,800 pesos.  En caso de reincidencia reiterada, la multa adicional va de \$6,233 a \$19, 945,600 pesos.
5. Mantener datos inexactos, cuando resulte imputable al responsable o no efectuar rectificaciones o cancelaciones	SMGV 2012: \$62.33 (Área geográfica A)
6. No cumplir con el apercibimiento de delito no grave	

# SANCIONES

## 11 Infracciones MUY GRAVES

Infracción	Sanción
1. Incumplir el deber de confidencialidad.	Multa de \$12,466 a \$19, 945,600 pesos.
2. Cambiar la finalidad del tratamiento, sin consentimiento del titular, cuando el nuevo fin no sea compatible o análogo con los fines iniciales.	En caso de reincidencia reiterada, la multa adicional va de \$6,233 a \$19, 945,600 pesos.  En caso de datos sensibles, la multa se puede incrementar al doble, es decir, de \$24,932 a \$39, 891,200 pesos.
3. Transferir datos a terceros sin comunicarles el aviso de privacidad que contiene las limitaciones a que el titular sujetó la divulgación de los mismos.	
4. Vulnerar la seguridad de bases de datos, cuando sea imputable al responsable	
5. Transferir o ceder datos, fuera de lo establecido por la ley	

# SANCIONES

## 11 Infracciones MUY GRAVES

Infracción	Sanción
<b>6. Transferir datos sin consentimiento expreso del titular, cuando así proceda.</b>	Multa de \$12,466 a \$19, 945,600 pesos.
<b>7. Obstruir actos de verificación de la autoridad</b>	En caso de reincidencia reiterada, la multa adicional va de \$6,233 a \$19, 945,600 pesos.
8. Recabar datos en forma engañosa o fraudulenta	En caso de datos sensibles, la multa se puede incrementar al doble, es decir, de \$24,932 a \$39, 891,200 pesos.
9. No acatar solicitudes de no uso de los datos, hecha por el titular o el Instituto	
10. Tratar los datos de manera que se afecte o impida el ejercicio de los Derechos ARCO	
<b>11. Crear bases de datos sensibles, sin que se justifique su creación, para finalidades legítimas, concretas y acorde a las actividades o fines explícitos que persiga el responsable</b>	

## Vulneración con ánimo de lucro del autorizado para el tratamiento

Hipótesis: Si el autorizado para tratar datos personales, **con ánimo de lucro**, provoque una vulneración de seguridad a las bases de datos bajo su custodia

Sanción: De 3 meses a 3 años de prisión

Datos sensibles: El doble

## Tratamiento de cualquier persona mediante engaño o error

Hipótesis: Cualquier persona que, con el fin de alcanzar un **lucro indebido**, trate datos personales mediante el **engaño**, aprovechándose del **error** en que se encuentre **el titular o la persona autorizada para transmitirlos**

Sanción: De 6 meses a 5 años de prisión

Datos sensibles: El doble

# Privacidad en la web.

- Casos prácticos en México.
- Caso sesiones psicológicas en Internet.
- Casos prácticos en España
- Take control of your personal data.

<http://www.youtube.com/watch?v=BgE4IpeDGR8>

## 5. Términos y condiciones de uso de las plataformas 2.0. y Redes Sociales





# Términos y condiciones de uso de las plataformas 2.0.

- **Documento de términos y condiciones de uso.**
- Aceptación.
- Licencia y autorizaciones.
- Reglas para el uso del sitio.
- Aspectos de propiedad intelectual. Propiedad de contenidos y licenciamiento.
- Garantías de productos o servicios.
- Limitación a la responsabilidad en el uso del sitio.
- Venta a menores.
- Modificación al sitio y al contrato.
- Cesión de derechos, indemnizaciones y terminación.
- Legislación aplicable.

# Términos y condiciones de uso de las plataformas 2.0.

- Redes sociales.
- Todas contienen un procedimiento Notice & Take Down.
- Las más importantes se regulan por la legislación en Estados Unidos.

# Términos y condiciones de uso de las plataformas 2.0. (Facebook)

- Tú eres dueño de todo el contenido y la información que publicas en **Facebook**, y puedes controlar como se comparte a través de la configuración de la privacidad y las aplicaciones. Además:
- Para el contenido protegido por derechos de propiedad intelectual, como fotografía y videos (contenido de PI), concedes específicamente lo siguiente: una licencia mundial no exclusiva, transferible, sub  
licenciable, libre de regalías, para utilizar cualquier contenido de PI que publiques en Facebook (licencia de PI). Esta licencia de PI finaliza cuando eliminas el contenido de PI o tu cuenta, a menos que tu contenido se ha compartido con otras personas, y estas no lo hayan eliminado.

# Términos y condiciones de uso de las plataformas 2.0. Twitter

- Tu conservas los derechos de cualquier contenido que envíes o publiques o muestres a través de **Twitter**;
- Al enviar, publicar o mostrar contenido en o a través de **Twitter**, le concedes una licencia mundial, no exclusiva , libre de regalías (con derecho a sublicenciar) para usar, copiar, reproducir, procesar, adaptar, modificar, publicar, transmitir, mostrar y distribuir dicho contenido en todos los medios o métodos de distribución (conocidos ahora o que sean desarrollados en un futuro)

# Términos y condiciones de uso de las plataformas 2.0. LinkedIn

- Concedes a **LinkedIn** una licencia no exclusiva, irrevocable, mundial, perpetua, ilimitada, transferible, transmisible y totalmente pagada y libre de regalías para que LinkedIn copie, prepare trabajos derivados, mejore, distribuya, publique, elimine, retenga, añada, procese, analice, utilice y comercialice, en cualquier forma conocida ahora o en el futuro, cualquier información que tu proporciones, directa o indirectamente a **LinkedIn**. Esto incluye cualquier contenido, ideas, conceptos, técnicas o datos de los servicios generados por usuarios que envíen a **LinkedIn**, sin ningún tipo de consentimiento adicional previo aviso y/o compensación alguna para ti o para terceros.

## 6. Recomendaciones en el desarrollo de un protocolo legal y de privacidad en las empresas (*Secure Computing and Social Computing Guidelines*).



## Desarrollo de un protocolo legal y de privacidad en las empresas (IBM *Secure Computing and Social Computing Guidelines*).

- Conciencia en lo publicado.

[http://www.youtube.com/watch?  
v=v4IIH3sJIMc](http://www.youtube.com/watch?v=v4IIH3sJIMc)

# Redes sociales

- La incorporación de campañas publicitarias en redes sociales es un hecho. Community Managers.
- Información que se entrega a los empleados.
- Capacitación constante / Rotación del personal.
- Problemática que conlleva ésta actividad.



# Dos vertientes

- Actividades preliminares.
- Políticas de uso de redes sociales.

# Actividades preliminares

- Registro de marcas, patentes y derechos de autor.
- Registro de los nombres de la empresa en Internet.
- Firma del “Non Disclosure Agreement” con el Community Manager.
- Dejar en claro la titularidad de las cuentas en redes sociales.
- Establecer procesos de fijación, identificación y preservación de evidencia digital.
- Sellos de confianza.
- Políticas BYOD.
- Capacitación.

# Capacitación

- **Ámbito legal en el uso de redes sociales.**
  - Informarse y no ser reactivo en contra de los nuevos instrumentos. PI, comercio electrónico, delitos informáticos, Cloud Computing, nombres de dominio, etc.
- **Capacitarlo en cuanto al marco legal que regula su actividad.**
  - Su actividad está regulada por legislación general.
- **Conocer a detalle los términos y condiciones de uso de las plataformas que utiliza.**
- **Crear un sistema de control de lo que se publica.**
- **Protección al consumidor.**

# Política de uso de las redes sociales

- Gestión del cambio (Conciencia de lo publicado; revisión de términos y condiciones de uso; pass words; apertura indiscriminada de objetos en la red).
- Propiedad Intelectual de la empresa y la de terceros.
- Protección de datos personales.
- Protección a información confidencial.

# Redes sociales

- La incorporación de campañas publicitarias en redes sociales es un hecho. Community Managers.
- Información que se entrega a los empleados.
- Capacitación constante / Rotación del personal.
- Problemática que conlleva ésta actividad.



# Gracias



<http://www.linkedin.com/pub/jorge-molet/5/122/124>



@JorgeMolet



[www.molet.mx](http://www.molet.mx)



[jmolet@molet.mx](mailto:jmolet@molet.mx)



[molet.mx](http://molet.mx)

Av. De los Insurgentes Sur No. 1898, piso 21, Col. La Florida, C.P. 01030. Del. Álvaro Obregón, México, D.F. -MEXICO.