

DERECHO DE LA INFORMACIÓN E INTERNET

Álvaro DÁVILA PEÑA

SUMARIO: I. *Internet*. II. *Servicio universal*. III. *Derecho a la información*.

I. INTERNET

1. *Historia*

Hace algunos años las redes de comunicaciones y la informática eran ya utilizadas para la venta al por mayor entre empresas; la venta al por menor al particular así como algunas transacciones financieras.

En materia financiera se creó el sistema de tarjetas de crédito, el cual desarrolló el comercio tradicional, la transferencia electrónica de fondos y a mediados de 1970 se introdujeron los cajeros automáticos que actualmente han creado su propia red internacional de transferencia de dinero en efectivo.

En Estados Unidos a mediados de 1980 se incorporó la televisión por cable que abrió al público la posibilidad de comprar a domicilio una serie de canales cuyo pedido se solicitaba por teléfono, siendo éste el presagio de las ventas al por menor que el Internet desarrollaría más adelante, ya que no era necesario crear un establecimiento de venta real y era el consumidor el encargado de escoger el producto deseado.

En Francia, France Télécom, creó el servicio de Minitel, clasificado en diferentes ocasiones como un servicio “videotex”, en donde la sucursal Teletel de la empresa ofrecía gratuitamente a todos los abonados de France Télécom terminales de texto interactivo, sustituyendo así las guías telefónicas tradicionales, puesto que inicialmente la información disponible en dicho sistema eran las listas básicas de domicilios privados y comerciales, posteriormente se incluyeron funciones de pago, entretenimiento, publicidad, y otros servicios que más tarde Internet suministró con mayor calidad. Este

servicio indujo a los demás países a crear servicios de información como el videotex para lograr una mayor competitividad.

Sin embargo, la aparición de tiempo compartido de computadora y el nacimiento de los computadores personales fueron los que sentaron las bases para los principios de interconexión, intercambio de datos y en general todo el sistema denominado “cliente-servidor”; desde el punto de vista de las telecomunicaciones, la digitalización paralela y más tarde la conmutación por paquetes permitieron la transmisión rápida y fiable de datos por líneas privadas y luego por la red pública conmutada. Posteriormente se evolucionó en la conversión de protocolos y la tecnología de módem, lo que permite aumentar la velocidad de transmisión de 300 a 56,800 bits por segundo, velocidad en la cual es posible transferir texto, audio, gráficos e incluso video de baja resolución en tiempo real por redes telefónicas públicas. Los conceptores de soporte lógico desempeñaron un papel clave en la creación de plataformas de interconexión de redes (especialmente UNIX y TCP/IP) así como de interfaces gráficos en el caso de Apple Computer y más tarde el sistema de explotación Windows de Microsoft, los cuales permitieron la comunicación interactiva al alcance del usuario.

Las aplicaciones de estos adelantos, en un principio, se dieron en redes de datos de empresa de alto nivel y de investigación, después se extendieron a público especializado y finalmente se difundieron masivamente a todo el público.

El servicio de red CompuServe con sede en Estados Unidos empezó como un servicio de tiempo compartido para usuarios comerciales en 1969 y pasó a ofrecer el acceso por suscripción al público en 1979, con su propia versión de los servicios videotex y de correo electrónico en un sistema cerrado. Pronto apareció competencia con Prodigy (inicialmente Twixtel), ofreciendo un servicio en línea explícitamente comercial, entre sus fundadores figuraban la IBM, que encontró una gran oportunidad para vender sus computadores personales y Sears, cuya estrategia consideraba la publicidad y la venta en línea como la oportunidad clave del mercado, por oposición al cobro de un abono (por esto, tradicionalmente se ha considerado a la empresa Sears como la principal vendedora por catálogo de los Estados Unidos debido a que fue la pionera adelantándose al futuro de los servicios de la venta al detalle por Internet).

El éxito de CompuServe y de Prodigy terminó siendo utilizado por la empresa prestadora de servicios informáticos telefónicos en Estados Uni-

dos “America On Line” (AOL) la cual además, proporcionaba una combinación de servicios propios de información y entretenimiento a tarifa básica y con recargo, un amplio sistema de venta en línea y correo electrónico interno.

Orígenes inmediatos

Como anteriormente se explicó, Internet no comenzó como un medio comercial. Fue lanzado como proyecto de investigación por el Departamento de Defensa de los Estados Unidos en 1969, la ARPAnet original enlazaba ciertos sitios de empresas, de la universidad y del Estado en una red informatizada. La National Science Foundation (NSFNET) amplió esta red convirtiéndola en un sistema más amplio orientado a la investigación, que gradualmente se fue extendiendo a una cantidad cada vez mayor de usuarios privados. En estos años de formación cuando las características que la definían eran Telnet, FTP, Usenet, Gopher y un correo electrónico privado, la mayoría de los usuarios de Internet defendieron el estatuto no comercial de Internet.

A partir de 1990, los investigadores del Centro Europeo de Investigación Nuclear de Ginebra (CERN) concibieron los protocolos de conexión de hipertexto e interfaz gráfica de la World Wide Web, fundamentalmente superpuesta a Internet, con el objeto de mejorar el tiempo compartido de los datos resultantes de las investigaciones. A fines de 1993 el National Center for Supercomputing Applications (NCSA) hizo público el primer buscador integrado de la Web, Mosaic. El *conceptor* de *Mosaic* pasó pronto a crear el primer navegador independiente (comercial) de la Web, Netscape.

Entre 1990 y 1997 el número de computadores conectados con Internet pasó de 180,000 a más de 18 millones, siendo un aumento del 10,000% y los usuarios de Internet aumentaron de 1 millón a más de 70 millones en el mundo, crecimiento que actualmente sigue aumentando. El Internet actualmente es un medio predominantemente comercial ya que la gran mayoría de usuarios se remiten a la categoría .com mucho más que a las otras categorías como .net o .edu, etcétera, esta repentina transformación demuestra las inmensas ventajas económicas que el comercio por la Web permite obtener.

El Internet permite la globalización, el acceso a gran velocidad y bajo costo, la información ilimitada e interactividad multimedios a la masa de consumidores y de empresas.

2. Comercio electrónico

Al convertirse Internet en un medio mayoritariamente enfocado en el comercio electrónico vale la pena hablar sobre ciertas categorías de actividades comerciales contenidas en Internet. Estas categorías son:

A. *Servicios de acceso a Internet, en línea y telefónicos por abono y por uso*

Es el acceso a la utilización de las telecomunicaciones propiamente dichas facilitando las demás formas de comercio electrónico.

B. *Venta de soporte lógico y servicios de información por abono o transacción*

La información es el servicio que las redes de comunicación pueden prestar más fácilmente, la mayoría de la información que existe en Internet está disponible gratuitamente; por ejemplo, las versiones en línea de diarios, revistas, informes e incluso programas informáticos está a disposición del público, aunque se han hecho varios intentos de introducir el abono en sitios de información popular lo que no ha tenido éxito. Por otra parte, la venta directa en línea de programas informáticos para empresas y particulares, informes especializados y otro contenido de alto nivel es un negocio viable que probablemente aumentará con rapidez. Este servicio de información tiene la ventaja que desde su comercialización pasando por su pedido, su entrega y su pago se puede hacer a través de la línea. El producto final es la información o el programa informático propiamente dicho y recibido en formato electrónico, de modo que no hay gastos fijos, gastos de expedición y principalmente las escasas posibilidades de localizar, regular, cobrar impuestos o controlar de alguna manera las transacciones desde el exterior.

C. *Venta directa al consumidor*

Existen numerosos centros comerciales en Internet que enlazan al comprador con todo tipo de productos ofreciendo el proceso de la transacción. Otro fenómeno popular innovador es la subasta en línea, presta-

do por empresas como eBay.com, o la prestación de servicios nuevos como la librería virtual Amazon.com.

D. *Servicios y ventas al por mayor y al por menor entre empresas*

Los productos y servicios comerciales obtenidos electrónicamente al por menor comprenden el soporte físico y lógico informático, los suministros de oficina, los servicios de viajes, los servicios de pago de nóminas y prestaciones y la información y las bases de datos especializadas. Además, los fabricantes están aprovechando las fuentes en línea de insumos y suministros al por mayor, lo que amplía las posibles opciones de compra, por ejemplo, a través de agentes o subastas en línea.

E. *Servicios de publicidad y comercialización*

Las posibilidades que ofrece la publicidad como fuente de ingresos depende del número de personas a que llega y la naturaleza ampliamente descentralizada de Internet significa que solamente ciertos sitios en Internet reciben el tráfico suficiente para justificar un gasto importante en publicidad, los navegadores son un ejemplo. Sin embargo, se han dado especialistas en publicidad, por ejemplo Doubleclick.net, que es un agente de publicidad que funciona enlazando a los anunciantes con sitios en la Web de gran tráfico y ofreciendo servicios avanzados de selección de clientela, seguimiento y retroinformación. Otro nuevo concepto de comercialización por Internet es la tecnología de empujón *push* el cual supone la telecarga automática y regular de información y páginas de la Web especificadas por el usuario, son servicios integrados y personalizados que se parecen a un diario, son vehículos que ya están maduros para la comercialización y la publicidad de masa y muchos piensan que crecerá su volumen en un futuro cercano.

F. *Transacciones y servicios financieros*

Como ya se dijo, el suministro electrónico de servicios financieros es anterior a Internet, la transferencia electrónica de fondos (EFT), cajeros automáticos y tarjetas de crédito, pero se están prestando en Internet nuevos servicios como el servicio de corretaje, la inversión directa en bolsa,

la negociación de valores en línea, y varias formas de pago de facturas y operaciones bancarias. Un ejemplo es E-trade en donde hay negociación de valores directa y por agente de bolsa en Internet.

G. Información y servicios del Estado

Los órganos estatales deben aprovechar las ventajas tecnológicas para lograr sus fines, con el mejoramiento del suministro de la información pública lograrán una mayor transparencia en su gestión y cumplirán con la obligación que la mayoría de ellos tiene de dar información pública (la que expresamente no esté sujeta a reserva, o no contraría los fines estatales o perjudique el progreso de un proceso, etcétera) a la persona que la solicite, y además de ser más eficiente y rápido, reduciría los gastos evitando la dilapidación de los bienes del Estado que generalmente se ve en los gobiernos de países como los nuestros en donde la corrupción y la ineficiencia son una de las causas que impiden el desarrollo del país.

H. Funciones auxiliares que contribuyen a las actividades económicas y comerciales

Estas actividades no suponen transacciones ni servicios en línea, pero comprenden elementos de prácticas comerciales tradicionales combinados con la utilización de telecomunicaciones avanzadas, el mejor ejemplo es el correo electrónico, un medio virtual que suplanta la correspondencia tradicional o la transferencia de ficheros que reemplazan los servicios postales.

3. Ventajas del comercio electrónico para países latinoamericanos

- A. Aminora la desigualdad en el ámbito internacional de las economías grandes y de las pequeñas.
- B. Integra segmentos más amplios de la población en la economía estatal.
- C. Permite que el crecimiento de la población sea instruida con mecanismos como la teleeducación, la telemedicina y la democracia electrónica.
- D. Los productos y servicios indígenas tendrían posibilidad de conocimiento y distribución tanto nacional como internacionalmente, con una notable reducción de costos.

- E. La concepción de soporte lógico y de servicios de información se puede efectuar prácticamente en cualquier lugar, porque factores como los recursos humanos, el tamaño de la población, las economías de escala y el capital para la inversión pierden importancia en comparación con las aptitudes y la creatividad intelectuales.
 - F. Pierden importancia la localización, proximidad con las personas y las rutas de tránsito, aumentando las posibilidades de compensar el desequilibrio comercial.
 - G. Equilibra las oportunidades entre empresas grandes y empresas pequeñas.
4. *Desventajas del comercio electrónico para países latinoamericanos*
- A. Existe todavía el riesgo real de que el comercio electrónico mundial pueda incrementar las diferencias entre las economías de los países ricos y los pobres.
 - B. El incremento de las diferencias sociales por las oportunidades que algunos obtendrán y otros no.
 - C. Como es posible que se abra una ventana para que nuestros países compitan con los países desarrollados, es también factible que esa ventana se cierre cuando las economías más prósperas y tecnológicamente avanzadas pasen a dominar las ventajas de Internet en el mundo.
 - D. Debido a que Internet ha aparecido y ha tenido mayor auge en países desarrollados, los gobiernos de los países menos desarrollados pueden sentirse excluidos del proceso a escala industrial y de política.
 - E. Los países desarrollados poseen ya la infraestructura de comunicaciones, el acceso a recursos técnicos y el capital para hacer una inversión mucho mayor que los países menos desarrollados.
 - F. La política de mercado abierto que generalmente tienen los países desarrollados, facilita el desarrollo del comercio electrónico y la actividad empresarial sin restricciones, y no sucede como en nuestros países en donde todavía existen monopolios estatales, restricciones a la competencia y barreras comerciales.

5. *Posibles soluciones*

- A. El acceso a la información y a los servicios de telecomunicaciones, así como al teléfono y al soporte lógico y físico informático de la mayoría de la población y no sólo de una pequeña fracción.
- B. Apertura de mercados tradicionalmente restringidos y reducción de las barreras comerciales internacionales.
- C. Aumento del capital para inversión, especialmente en monedas convertibles para comprar equipo e infraestructura.
- D. Más educación para la formación profesional en especialidades relacionadas con la tecnología.
- E. La obtención de estabilidad, apertura y compatibilidad en las instituciones económicas, legales y políticas para promover un clima de inversión y comercio que suponga un bajo riesgo.
- F. La creación de una infraestructura adecuada de tecnología de información y telecomunicaciones.
- G. Finalmente, se debe tener en cuenta que existen elementos de carácter económico, social y cultural en cada nación que deben considerarse para la creación de las políticas relacionadas con este tema.

II. SERVICIO UNIVERSAL

1. *Antecedentes*

Tradicionalmente la política de servicio universal ha tenido el objetivo de suministrar la comunicación telefónica (vocal) básica a un mayor número de personas en un mayor número de lugares, esto, anteriormente era justificado por el mantenimiento del monopolio estatal del servicio telefónico, partiendo de los siguientes supuestos:

A. Las zonas de servicios rurales o pobres no eran atractivas para los operadores privados que buscaban un buen mercado;

B. La necesidad de subvenciones cruzadas amplias para financiar la prestación del servicio universal con los beneficios de los servicios urbanos, comerciales e internacionales obtenidos por el monopolio.

Más tarde esta concepción del servicio universal cambió, se podría decir que una de las causas que modificó tan radicalmente este pensamiento fue que los monopolios estatales no han mejorado el acceso al ser-

vicio telefónico, porque como bien se sabe, los problemas de ineficiencia, corrupción y mala gestión unidos a la escasez de recursos técnicos y económicos no permitieron su correcta y progresiva prestación. Paralelamente, la nueva tecnología como el bucle local inalámbrico, las tarjetas inteligentes o la telefonía por satélite, sumado al crecimiento y diversificación del mercado ha despertado el interés de empresas privadas de crear servicios telefónicos basados en el mercado, y económicamente viables para las poblaciones de escasos recursos y alejadas de la urbe.

Debido a estas razones, la política de servicio universal encuentra respaldo en la liberalización de mercados, e incluso podría llegar a complementarla. Aunque las subvenciones cruzadas siguen existiendo, éstas se han convertido en un mecanismo de financiación indirecta para favorecer el desarrollo del mercado y ya no como una distorsión interna de recursos y precios.

2. *Servicio universal y comercio electrónico*

Desde este nuevo enfoque de la concepción del servicio universal, se da un nuevo avance tecnológico, Internet y por consiguiente el e-commerce, este revolucionario sistema entra aportando un nuevo sentido a las políticas vigentes hasta el momento sobre el servicio universal.

Al ser el comercio electrónico facilitador de la compra por el consumidor, la comercialización en masa, las transacciones financieras, la información y el entretenimiento en línea, y los servicios estatales, los beneficios económicos aumentan ya que la conectividad por estas redes será más inmediata y transparente, lo que producirá un aumento tanto en la oferta como en la demanda de los servicios de Internet, todo esto debido a la posibilidad que tendrá el consumidor de adquirir productos y servicios de manera eficaz por medios electrónicos, economizando tiempo y gastos de transporte y de transacción que el comercio tradicional implicaba, además tendrán acceso a más información a un menor precio; por lo tanto, las economías de telecomunicaciones deben invertir traducirse en una capacidad o voluntad mayor de pagar el acceso a este tipo de comercio.

En la medida en que evolucione la industria del comercio electrónico, aparecerán nuevas personas dispuestas a intervenir en el sector de las telecomunicaciones con objeto de acelerar el progreso del servicio universal.

Existen diversos antecedentes que explican la subvención de acceso en distintos sectores comerciales, por ejemplo:

- A. Los operadores del servicio celular suelen ofrecer teléfonos gratuitos o baratos (suministrados por fabricantes independientes) a los clientes a cambio de que éstos se comprometan a abonarse a su servicio.
- B. Los editores de revistas y periódicos especializados regalan a menudo suscripciones para aumentar el número de lectores, proporcionando la infraestructura de la publicación a los usuarios finales como medio para relacionarlos con los anunciantes que los financian.
- C. En la industria de la radiodifusión de televisión, actualmente la industria publicitaria incide como medio para maximizar la demanda y el acceso de consumidores a otro tipo de productos y servicios.

Teniendo esto en cuenta, el comercio electrónico podría concebir una estrategia parecida en la que el acceso universal a medios de comunicación avanzada como éste, esté subvencionado por abastecedores comerciales de productos y de servicios de consumo. Y no solo eso, la demanda del consumidor de acceso a los mismos abastecedores comerciales podría llegar a aumentar los ingresos para financiar el mejoramiento y la expansión de la red, multiplicando así los incentivos para la inversión en la red (sería una estrategia parecida a la de la televisión por cable en donde ésta es financiada por el abonado).

Lo anterior hace necesaria una nueva evaluación del concepto de servicio universal, pues se podría considerar a Internet como el mejor mecanismo para lograr que productos, bienes y servicios sean suministrados a un mayor número de personas hasta en los lugares más remotos.

Con lo antes expuesto es notorio que el servicio telefónico vocal básico pierde la importancia que tenía para la correcta prestación del servicio universal, y es reemplazada por Internet. Durante años, el servicio telefónico básico representaba la penetración telefónica en el mundo, medida por el número y porcentaje de líneas o por la distancia entre el asentamiento rural y el teléfono más cercano, con el Internet la comunicación de datos traducidos en texto, gráficos, sonido, etcétera. Incluida la voz sobre datos lo que mejora de manera significativa el sistema anterior, pues además de incluirlo, presenta nuevas formas, por ello la industria de las telecomunicaciones está sufriendo una transición entre las arquitecturas de las redes basadas en la telefonía a las arquitecturas basadas en los datos.

3. *¿Cómo adoptar esta nueva tecnología a favor del servicio universal?*

Lo primero es determinar cuáles son los verdaderos beneficios de la comunicación universal para todos los sectores de la población, especialmente para las poblaciones subdesarrolladas, pobres y rurales.

¿Las ventajas y beneficios aumentarán con las nuevas opciones de comunicación como el correo electrónico, los quioscos de información pública, la teleducación, la telemedicina y el comercio electrónico? En un mundo ideal no sería necesario elegir porque las nuevas tecnologías aumentarían y mejorarían la telefonía vocal básica, pero hay muchos sectores en los cuales por lo menos la prioridad, cuando no el elemento principal, de la financiación y la realización del servicio universal pueden entrañar una negociación entre el establecimiento del acceso mínimo a la red vocal y la conectividad digital con todas sus características. Por lo que se deben evaluar estas dos opciones y reconsiderar la opinión internacional sobre los objetivos del servicio universal.

Para que la tecnología pueda ser utilizada por las poblaciones rurales, de bajos ingresos o por cualquier sector en que sea desatendida, éstos deben entender la manera de utilizarla, comprender las ventajas comerciales y personales del comercio electrónico y las distintas maneras en que dicho sistema puede contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad. Entonces, no sólo la nueva política de servicio universal debe centrarse en los avances tecnológicos sino que debe detenerse en educar al consumidor.

4. *Ampliación de servicios*

El carácter y la economía cambiantes del servicio universal conducen a una necesaria ampliación de las opciones técnicas y de mercado para el suministro de los nuevos tipos de acceso que se necesitan, para ello es necesario incrementar las políticas abiertas del mercado en donde la participación de los diferentes países en el sector de las telecomunicaciones permitirá la globalización de este servicio universal.

Con el aumento en la demanda de una opción tecnológica determinada, muchas empresas estarán dispuestas a satisfacerla, en el caso de los servicios de acceso y transmisión de datos de que depende la conectividad del público con Internet, esas tecnologías pueden ser aportadas por

proveedores de la red distintos de los tradicionales operadores de la RTPC, por ejemplo:

- A. Los proveedores independientes de la red de datos pueden constituir una inversión atractiva y viable en el mercado de casi todos los países o regiones porque utilizan tecnologías inalámbricas terrenales o radioeléctricas (por ejemplo, VSAT) para conectar directamente a los usuarios con los servicios, las bases de datos y los proveedores de información de la red medular de Internet y de otras redes.
- B. Los operadores de televisión por cable pueden proporcionar el acceso a gran velocidad a Internet y con equipo y mejoras adicionales, podrán ofrecer también servicios completos en dos sentidos. La capacidad y la calidad de las señales para recepción de televisión con antena colectiva hace de estos sistemas un candidato ideal para perseguir los objetivos del comercio electrónico, como llevan años haciéndolo con los canales de telecompra.
- C. Las tecnologías inalámbricas empiezan a ofrecer el acceso y transmisión digitales. Hay nuevas tarjetas módem que permiten conectar el acceso directo a la red inalámbrica con redes inalámbricas fijas o celulares para el correo electrónico, Internet y otros servicios de transmisión de datos a través de computadoras personales o portátiles.
- D. Se procede en muchos casos a mejorar las redes de servicios como la energía eléctrica para incluir servicios de transmisión de datos. A menudo, estos sistemas comprenden ya redes de comunicación internas, para efectos de supervisión y el creciente mercado de acceso del consumidor a Internet y a datos, crea la posibilidad de potenciar estas redes aprovechando la servidumbre de paso correspondiente para prestar estos servicios.

En consecuencia, la constante transformación y evolución de los servicios prestados por las empresas de telecomunicaciones contribuye notablemente al aumento de las posibilidades de cumplir cabalmente con los objetivos del servicio universal, y debido a la convergencia de las tecnologías de distribución así como de los medios de comunicación multiplicará oportunidades y alcance en las redes. La política y la regulación del sector de las telecomunicaciones debe seguir lo más abierta posible a la configuración cambiante de abastecimiento de todos los servicios que empiezan a estar disponibles.

5. *Cambio de las iniciativas nacionales por las iniciativas locales*

La política del servicio universal era eminentemente nacional debido a que se partía del supuesto de que las comunidades locales no disponían de los recursos para sufragar por su cuenta las redes de telecomunicaciones, necesitando un apoyo central consistente en las anteriormente mencionadas subvenciones cruzadas y políticas públicas expresas.

Actualmente se está dando un cambio en este sentido debido a las nuevas opciones de la comunicación local y a las perspectivas económicas favorecidas por las nuevas tecnologías y aplicaciones; es de concluir que una porción creciente del suministro de servicios de acceso a las telecomunicaciones se podrá administrar mejor en un plano local.

Los empresarios, subcontratistas, concesionarios e instituciones públicas locales pueden prestar servicios como el acceso a la red telefónica básica; la instalación, mantenimiento y reparación de las instalaciones locales; la facturación y cobro de los servicios telefónicos; el servicio de mensajería y correo vocal; ser representantes de servicio y venta de telefonía móvil y radiobúsqueda; servicios de acceso a Internet, incluyendo el servicio de correo electrónico; la ayuda e información al usuario de Internet; creación de sitios Web para comerciantes y concepción de publicidad, programación y conexión con Internet o la venta, alquiler, instalación y mantenimiento de computadoras y equipo.

La implementación de estos servicios a nivel local lograría dar un acceso mayor a los servicios con un apoyo eficaz en su utilización, estimulando el crecimiento del comercio local en las especialidades de tecnología de la información y comunicaciones.

Al ser una propuesta totalmente innovadora, en muchos casos puede suceder que los particulares no dispongan de los recursos o de la experiencia suficiente para prestar dichos servicios por cuenta propia, sobre todo si son proyectos grandes, por lo tanto deben ser apoyados por organismos como las universidades, las entidades estatales, las ONG, las grandes empresas del sector privado como las compañías telefónicas, en fin, por cualquier persona que pueda darles un apoyo económico, educativo o logístico mientras las operaciones locales adquieran alguna autonomía.

6. *Colombia*

Actualmente en Colombia se adelanta un programa de Internet social que nace gracias al deseo del gobierno nacional de aumentar la infraes-

estructura para la prestación del servicio de Internet y masificar el uso del mismo.

Los objetivos del Programa de Centros de Acceso Comunitario a Internet son:

- A. Promover el uso de Internet a través del establecimiento de Centros Piloto de Acceso Comunitario para la población de escasos recursos en todas las capitales departamentales y en aquellas ciudades con población superior a los 40,000 habitantes.
- B. Ampliar la infraestructura para la prestación del servicio de acceso local conmutado a Internet.

Las estrategias del Programa de Centros de Acceso Comunitario a Internet son:

- A. Promover la vinculación de operadores (nuevos y ya establecidos) para desarrollar los servicios de telefonía domiciliaria en las zonas rurales.
- B. Incentivar planes de negocios en los que se complementen los costos de inversión, operación y mantenimiento asociados con la prestación del servicio, en lugar de financiar compra de equipos.
- C. Utilizar eficientemente la infraestructura instalada en el territorio nacional.
- D. Sentar las bases para desarrollos posteriores de otros servicios de telecomunicaciones.
- E. Promover la adopción de tecnologías adecuadas para prestar los servicios requeridos.
- F. Fomentar la eficiencia en la operación de los servicios de telecomunicaciones.

La prioridad es incrementar la cobertura de Internet a lo largo del territorio nacional, enfocándose principalmente en las poblaciones de los estratos bajos. Para esto, se establecerán 97 centros piloto de acceso comunitarios a Internet en 88 ciudades, entre las cuales están todas las capitales departamentales y aquellas ciudades que cuentan con población superior a 40,000 habitantes. También extenderá este servicio a las capitales departamentales y ciudades con población superior a 40,000 habitantes que no cuenten con el servicio de Internet. En los casos de las ciudades con población mayor a 500,000 habitantes se establecerán como mínimo dos centros de acceso y en Santa Fe de Bogotá como mínimo cuatro.

Este programa se desarrollará por medio de una licitación a nivel nacional que tendrá por objeto la selección de un operador que instale, administre, opere y mantenga Centros de Acceso Comunitario a Internet en todos los lugares anteriormente mencionados y se establezca como proveedor de Internet en aquellas donde en la actualidad no existe este servicio.

III. DERECHO A LA INFORMACIÓN

1. *Marco constitucional colombiano*

La Constitución Política de Colombia establece en su artículo 20 la libertad de expresión e información.

Artículo 20: Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación.

Éstos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.

Este artículo se relaciona con otros temas regulados por la misma norma los cuales establecen las siguientes disposiciones:

Artículo 73: La actividad periodística gozará de protección para garantizar su libertad e independencia profesional.

Artículo 74: Todas las personas tienen derecho a acceder a los documentos públicos salvo los casos que establezca la ley.

El secreto profesional es inviolable.

Artículo 75: El espectro electromagnético es un bien público inenajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado. Se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a su uso en los términos que fije la ley.

Artículo 76: La intervención estatal en el espectro electromagnético utilizado para los servicios de televisión, estará a cargo de un organismo de derecho público con personería jurídica, autonomía administrativa, patrimonial y técnica, sujeto a un régimen legal propio.

Dicho organismo desarrollará y ejecutará los planes y programas del Estado en el servicio a que hace referencia en el inciso anterior.

Artículo 77: La dirección de la política que en materia de televisión determine la ley sin menoscabo de las libertades consagradas en esta Constitución, estará a cargo del organismo mencionado.

La televisión será regulada por una entidad autónoma del orden nacional, sujeta a un régimen propio. La dirección y ejecución de las funciones de la entidad estarán a cargo de una junta directiva integrada por cinco miembros, la cual nombrará al director. Los miembros de la junta tendrán periodo fijo. El Gobierno Nacional designará dos de ellos. Otro será escogido entre los representantes legales de los canales regionales de televisión.

La ley dispondrá lo relativo al nombramiento de los demás miembros y regulará la organización y funcionamiento de la entidad.

PAR: Se garantizarán y respetarán la estabilidad y los derechos de los trabajadores.

Artículo 15: Todas las personas tienen derecho a su intimidad personal y familiar y a su buen nombre, y el Estado debe respetarlos y hacerlos respetar. De igual modo tienen derecho a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bancos de datos y en archivos de entidades públicas y privadas.

En la recolección, tratamiento y circulación de datos se respetarán la libertad y demás garantías consagradas en la Constitución. La correspondencia y demás formas de comunicación privada son inviolables. Sólo pueden ser interceptadas o registradas mediante orden judicial, en los casos y con las formalidades que establezca la ley.

Para efectos tributarios o judiciales y para los casos de inspección, vigilancia e intervención del Estado podrá exigirse la presentación de libros de contabilidad y demás documentos privados, en los términos que señale la ley.

2. *Jurisprudencia colombiana*

La Corte Constitucional colombiana ha dicho al respecto:

La libertad de información se constituye en un derecho fundamental cuyo ejercicio goza de protección jurídica y a la vez implica obligaciones y responsabilidades. Es pues un derecho-deber, esto es, un derecho no absoluto sino que tiene una carga que condiciona su realización. Para el usuario o receptor de la información, la plena realización de su derecho constitucional fundamental se garantiza en la medida en que la información reúna tres requerimientos: que ella sea cierta, objetiva y oportuna. El de la información es un derecho de doble vía, en cuanto no está contemplado en nuestra Constitución ni en ordenamiento ni declaración alguna, como la sola posi-

bilidad de emitir informaciones, sino que se extiende necesariamente al receptor de las informaciones y, más aún, las normas constitucionales tienden a calificar cuales son las condiciones en que el sujeto pasivo tiene derecho a recibir las informaciones que le son enviadas. Una información falsa, tendenciosa o inoportuna, o una violación de la intimidad y la honra de una persona, no constituyen pues una manifestación de la libertad de expresión sino justamente lo contrario: una violación, un abuso, de la libertad de expresión. El derecho a la libertad de información y de expresión encuentra deberes correlativos. Por tanto tal derecho no es absoluto sino que tiene cargas que debe soportar.¹

En cuanto al derecho de información aplicado específicamente a Internet, la Constitución nacional y en general la legislación no lo regula. Esto no implica que exista un vacío normativo en la legislación colombiana como algunos podrían argumentar, ya que debido al constante avance y transformación de este nuevo fenómeno tecnológico se podría pensar que es mejor no adoptar un marco legal estático sino seguir el ejemplo mundial de la autorregulación basándose en los principios generales establecidos en la Constitución y en los tratados internacionales sobre la materia.

3. *Autorregulación*

La autorregulación y buenos modales cibernéticos: Internet se caracteriza por crear normas voluntarias estándar, esto es, al no existir una normatividad propiamente dicha, los participantes determinan de manera espontánea las normas a las cuales se someterán, por ejemplo, la NSFnet ha establecido algunas políticas de uso aceptable que estipulan las reglas de uso aplicable a la red, o cuando se lleve a cabo un foro de discusión en Internet casi siempre sus fundadores establecen algunas reglas voluntarias de autorregulación que los participantes deberán cumplir.

La inobservancia de las reglas de autorregulación tienen poder, ya que de no cumplirlas el participante puede ser sancionado o quedar excluido del grupo al cual le interesa pertenecer, todas estas reglas provienen de la comunidad y se aplican exclusivamente a sus miembros. Estas reglas pueden también integrarse a la normatividad vigente de cualquier

¹ Corte Constitucional, Sala Plena, Sentencia C-003/93. M. P., doctor Martínez Caballero, Alejandro, del 8 de febrero de 1993.

país, o al ser la costumbre fuente de derecho podrían tener relevancia las prácticas comunes en la red o en un foro específico.

También se ha establecido la práctica de ciertos modales en Internet, buenos cybermodales, que no tienen codificación oficial y están en constante evolución.

4. *Propiedad intelectual en Internet*

La propiedad intelectual (PI) abarca los derechos legalmente protegidos sobre los productos intelectuales, e incluye invenciones útiles, diseños novedosos, obras creativas, símbolos de origen o de auspicio, información comercial no pública y otros aspectos similares. Sin embargo, las ideas abstractas generalmente no están protegidas como PI. La propiedad intelectual comprende las patentes, los derechos de autor, las marcas registradas, la presentación comercial y los secretos comerciales. En los países industrializados y en un número creciente de países en desarrollo, los propietarios de derechos de la PI de distintos tipos gozan de limitados y definidos derechos exclusivos para fabricar, utilizar, vender, copiar, distribuir y/o registrar sus invenciones o creaciones.

Los derechos de propiedad intelectual son los que tiene el autor de un trabajo para autorizar o prohibir su uso, en Europa continental se usa el término de derechos de autor y en los países anglosajones se habla de *copyright*.

En Internet se aplica este derecho como en cualquier otra parte ya que contiene textos, imágenes, gráficos, software, etcétera, el cual debe ser igualmente protegido.

Al no existir un organismo o autoridad competente en Internet que pueda rastrear copias ilegales, cualquier trabajo en la red puede ser copiado y distribuido internacionalmente en segundos sin que se pueda evitar.

Tradicionalmente se han estipulado dos requerimientos para la correcta protección de un trabajo:

- A. El trabajo debe ser creado en su totalidad por el ingenio del autor.
- B. El trabajo debe estar de manera fija en un medio de expresión tangible (Estados Unidos y Canadá); o el autor debe haber dejado una marca de su personalidad en el trabajo al distribuirlo en cierta forma (Europa continental).

En Internet se protegen los siguientes trabajos suponiendo que cumplen con los requerimientos tradicionales:

- A. *Trabajos escritos*: como el correo electrónico y los archivos anejados a él, los artículos colocados en los servidores FTP o Web, y los que están integrados a una base de datos.
- B. *Trabajos musicales o audiovisuales*.
- C. *Imágenes*: pueden ser dos, las creadas por una computadora y las producidas por un medio de digitalización, la reproducción de éstas puede constituir una vulneración al derecho de propiedad, aunque para el segundo caso si se ha puesto suficiente creatividad en el proceso de digitalización se creará un nuevo trabajo protegido por derechos de autor.
- D. *Software*: está protegido por los derechos de propiedad intelectual, en países como Canadá el *software* constituye una nueva categoría de trabajo, la legislación lo asimila con una categoría preexistente. La Corte respecto al tema, en el caso Lotus Development Corporation contra Borland International Inc. se pronunció y estableció que la protección a los derechos de autor se extiende incluso a los aspectos no literales de los programas de cómputo. Esto presenta problemas, ya que aunque la estructura del menú de un programa, la forma en que está organizado y las iniciales de los comandos sean protegidos por este derecho, existen elementos que no lo están, por ejemplo en el caso *Apple Computer Inc. contra Microsoft Corp.* La Corte reglamentó que las ventanas utilizadas en los sistemas *Apple* no están protegidas por sí solas, quedando solamente protegida contra reproducciones que sean virtualmente idénticas. En Europa los programas de cómputo son protegidos como si fueran trabajos literarios. La protección al *software* es amplia en países como Estados Unidos, Canadá y Europa que incluso restringe sustancialmente ciertos usos del software en la red.
- E. *Bases de datos*: en su gran mayoría, Internet contiene bases de datos en línea convencionales disponibles por Telnet o bases de datos en línea compuestas con páginas Web y los elementos que incorporan. El autor tiene derechos económicos y en algunos casos morales y es necesaria su aprobación para modificar, reproducir o difundir su trabajo, sin embargo, en países como Estados Unidos no se necesita autorización para hacer un uso legal del trabajo.

5. *Excepciones a los derechos de propiedad intelectual*

No solo el autor tiene derechos, los usuarios también, por lo tanto el derecho de la propiedad intelectual tiene ciertos límites, sobre todo si el trabajo es transmitido por Internet.

No tendría sentido que un derecho particular sea un obstáculo para la comunicación, la cultura, y en general, cualquier tipo de información que puede ser útil al público en general, siempre y cuando no cause un daño injustificado a los derechos legítimos del autor.

La legislación estadounidense es flexible en este aspecto ya que autoriza todos los usos que puedan considerarse legales, para esto tienen en cuenta los siguientes factores:

- A. El fin y carácter del uso no deben ser comerciales o lucrativos.
- B. La naturaleza del trabajo, la calidad y sustancia de la parte utilizada con relación al trabajo como un todo.
- C. El efecto de su uso en el mercado o su valor.

Por ejemplo, la ley permite a un estudiante universitario usar Internet para hacer copias de ciertos trabajos, pero se lo impide a una compañía privada que busque explotar la idea con fines lucrativos. O las bibliotecas, las cuales pueden reproducir y distribuir con fines pedagógicos y no comerciales aún sin la autorización de su autor.

Las legislaciones canadiense y europea son menos flexibles ya que no consagran ningún tipo de excepción pero autorizan ciertos tipos de trabajo, aunque varía de un país a otro generalmente se autoriza la reproducción de un trabajo para el uso privado del usuario o a reproducir citas breves. No permite la copia de *software* ni bases de datos encontradas en Internet ni siquiera para el uso privado.

6. *Derechos del usuario en Internet*

Correo electrónico: el subcomité del Canadian Information Highway Advisory Committee establece que en los casos en los cuales se envíe por correo electrónico un trabajo sin autorización de su autor no constituye una infracción a los derechos de autor ya que la transmisión entre dos personas no es pública.

Archivos FTP: debe hacerse una distinción entre el servidor y el usuario.

Servidor: el administrador del servicio debe copiar el archivo en su computadora, por lo tanto lo reproduce y después lo pone a disposición del público completando así el acto de comunicación electrónica. En este caso debe obtener la autorización del autor tanto para reproducirlo como para comunicarlo.

Usuario: es recomendable obtener la autorización del autor, los casos que surgen con mayor frecuencia son:

- A. Cuando se descarga el *software* distribuido como *shareware* o *freeware*, dentro de ciertos límites se entiende que el autor autorizó al usuario a utilizarlo.
- B. Cuando descarga un archivo de procesamiento de palabras colocado en Internet para distribuirlo ampliamente, el autor no ejerce sus derechos patrimoniales pero los conserva, estando el usuario restringido únicamente por los derechos morales del autor sin poder modificar el trabajo o reclamarlo como propio.
- C. Cuando el trabajo contiene una nota especificando los límites de uso permitido, el usuario debe tener en cuenta las especificaciones para su uso.

Navegación por el Web: se debe distinguir entre la operación de consulta y la de descarga del archivo.

Consulta: el servidor debe obtener la doble autorización que anteriormente se expuso y el usuario debe considerar que está autorizado implícitamente ya que es el fundamento principal de la navegación por la red.

Descarga de archivos: la descarga de un archivo desde una página Web se trata en la Ley de Derechos de Propiedad Intelectual del mismo modo que la descarga de un archivo desde un servidor FTP.