

Guía del Consumidor sobre Gestión de Derechos Digitales



Digital Rights Management (DRM) ¿Qué repercusiones conlleva?

Qué debe tener en cuenta al comprar CDs, DVDs
y textos online, música o vídeos.

▶ INDICARE

Una publicación del proyecto INDICARE
<http://www.indicare.org>

Sobre esta Guía

Esta guía ha sido elaborada por Margreet Groenenboom y la Dra. Natali Helberger, ambas de IViR, con contribuciones del Dr. Carsten Orwat, de FZK-ITAS, la Dra. Martien Schaub, Molengraaff Instituut, Utrecht, y Mathias Spielkamp, iRights.info. La Guía se basa en los resultados del proyecto INDICARE. La Guía se elaboró primero en inglés y la compañía proverb oHG, Stuttgart, la tradujo al alemán, sueco, griego, húngaro, francés, español, italiano, polaco y checo. Si lo desea, puede enviar sus comentarios sobre esta Guía a la Dra. Natali Helberger (helberger@ivir.nl) o al coordinador del proyecto, el Dr. Carsten Orwat (orwat@itas.fzk.de). Existe también la posibilidad de publicar sus comentarios a esta Guía en nuestra página web.

Abril de 2006

<http://www.indicare.org/consumer-guide/>

Sobre INDICARE

INDICARE representa el “Informed Dialogue about Consumer Acceptability of DRM Solutions in Europe”, es decir, un diálogo instruido sobre la aceptabilidad de las soluciones DRM para los consumidores en Europa. A través de sus investigaciones y del diálogo con grupos de interés de la industria y de otros sectores el proyecto INDICARE ha acumulado una amplia experiencia y conocimiento, impulsando el diálogo a través, sobre todo, de una revista online especializada y bajo revisión técnica (revisión por pares, peer-reviewed), de talleres internacionales de expertos, de entrevistas y de dos macroencuestas entre consumidores. El proyecto INDICARE lo llevan a cabo los siguientes socios:

- Forschungszentrum Karlsruhe, Institut für Technikfolgenabschätzung und Systemanalyse (FZK-ITAS), Coordinación del Proyecto,
- Instituto para el Derecho sobre la Información (IViR), Universidad de Ámsterdam,
- Berlecon Research GmbH, Berlín,
- Laboratorio SEARCH de la Universidad de Budapest para la Tecnología y la Economía

Exención de responsabilidad

Esta publicación es resultado del proyecto INDICARE. INDICARE está patrocinado por la Comisión

Europea, Dirección General para la Sociedad de la Información, como medida complementaria dentro del marco del Programa eContent (Ref. EDC - 53042 INDICARE/28609). Esta publicación no refleja los puntos de vista oficiales de la Comisión Europea. En sus puntos de vista y opiniones el proyecto INDICARE es independiente de la Comisión Europea, siendo las opiniones y cualquier recomendación aquí expresadas las de sus autores. Ni la Comisión Europea ni los autores asumen ninguna responsabilidad por operaciones, o por sus consecuencias, realizadas sobre la base de las informaciones contenidas en esta publicación.

Como servicio al lector, este documento contiene enlaces a otras páginas de internet. Los autores de este documento no se responsabilizan ni de la disponibilidad ni del contenido de dichas páginas ajenas, ni asumen ninguna garantía por los productos, servicios o informaciones descritos u ofrecidos en tales páginas ajenas de internet.

Derechos de autor

La publicación goza de la protección de derechos de autor y de una licencia Creative Commons, por lo que esta Guía puede reproducirse, difundirse, representarse o exponerse públicamente de forma íntegra por terceros si a) se menciona a los autores, y b) tal acción se realiza exclusivamente con fines no comerciales. Los autores se reservan el derecho de crear ediciones inspiradas en esta Guía o en partes de la misma (obras derivadas) (licencia Creative Commons Attribution - Non-Commercial - NoDerivs 2.5; para más información, véase <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5>).

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| Prólogo | 1 |
| 1 Introducción | 2 |
| 2 ¿Qué es la Gestión de Derechos Digitales? | 3 |
| 3 Cómo perjudican los sistemas DRM sus opciones de uso de contenidos digitales | 4 |
| 4 Detección de un sistema DRM | 5 |
| 5 La DRM y la ley | 8 |
| Enlaces útiles | 16 |

Prólogo

Hace mucho, mucho tiempo, en la era predigital, la compra de música y de otro material audiovisual era muy sencilla. Comprábamos discos o casetes, los poseíamos, podíamos reproducirlos con toda clase de aparatos y podíamos prestarlos, regalarlos o incluso venderlos. También podíamos copiarlos, aunque no demasiado bien.

Nuestros derechos como consumidores estaban relativamente claros y con frecuencia se imponían.

Los nuevos soportes de datos digitales, como CDs, DVDs y otros medios de almacenamiento pueden copiarse muy fácilmente, y es justo aquí donde radica el problema. Los creadores, artistas y autores no reciben una suficiente remuneración si sus obras pueden copiarse sin limitaciones y venderse libremente por aquellos que las copian. Para proteger las obras en este entorno digital se requiere de nuevas disposiciones y sistemas de regulación. Deben introducirse limitaciones sobre el modo de empleo del material digital. Tal y como se describe en la presente Guía, es esto justamente lo que hace la Gestión de Derechos Digitales o Digital Rights Management (DRM).

Los consumidores que pagan por obras digitales tienen, no obstante, también sus derechos o deberían tenerlos al menos. Pero, tal y como muestra esta publicación, por desgracia los consumidores tienen de hecho sólo muy pocos derechos en el contexto digital, y hasta esos derechos es-

tán amenazados por el desarrollo de la DRM. Al consumidor se le bombardea continuamente desde la industria y la clase política con comunicados en los que se le dice lo que NO puede comprar online. Rara vez oímos comunicados en los que se diga al consumidor qué puede comprar online.

Esta Guía es una útil fuente de importante información sobre la DRM, que cada vez cobra más peso sobre el conjunto de los consumidores. Se trata de un buen primer paso: los consumidores deben saber sobre lo que les afecta. Espero que esta Guía anime también a los consumidores a reclamar a la clase política y a la industria un paquete de derechos digitales para sí mismos. Deseamos que haya un justo equilibrio entre los derechos de los propietarios de contenidos (content holders) y aquéllos de los consumidores. Actualmente nos encontramos a mucha distancia de haber logrado dicho equilibrio y hay poderosas fuerzas que actúan en sentido contrario.

Por favor, saque sus propias conclusiones de esta Guía y haga oír su opinión.

Jim Murray

Director,
BEUC, Organización de Consumidores Europeos
<http://www.consumersdigitalrights.org/>

1 Introducción

Hace poco, en las noticias:

“El fin de la copia privada”

Sony BMG ha editado CDs seleccionados con una DRM, con la que el consumidor sólo puede hacer tres copias del CD. Otro ejemplo de las restricciones a la copia privada son las normas de uso del servicio de descarga de música Napster: los consumidores pueden grabar cada canción que compren sólo siete veces como parte de una lista de reproducción cualquiera de canciones.

Véase: Mark Russinovich: Sony, Rootkits and Digital Rights Management Gone Too Far, 31.10.2005, <http://www.sysinternals.com>

“CDs que no pueden reproducirse”

Un consumidor compró en Francia un CD de EMI, una de las mayores editoriales de música. Una vez en casa comprobó que no podía reproducir el CD en su ordenador o en el reproductor de CDs del coche. Tal y como más tarde supo por un amigo, esto tenía que ver con una tecnología electrónica anticopia, algo conocido como Sistema de Gestión de Derechos Digitales (Sistema DRM) que EMI había empleado en el CD.

Véase: Natali Helberger: Thou shalt not mislead thy customer! INDICARE Monitor, Vol. 2, No. 9, 25.2.2005, <http://www.indicare.org>

“CDs que instalan software no deseado en los ordenadores de los consumidores”

En 2005 Sony BMG lanzó una nueva tecnología DRM (XCP) que, sin conocimiento de los consumidores, instalaba software en sus PCs para controlar y vigilar la manera en que los consumidores usaban la música de Sony.

Conozca más acerca del llamado “escándalo Rootkit de Sony” en: Electronic Frontier Foundation (EFF): Sony BMG Litigation Info, <http://www.eff.org>

“La esfera privada, en peligro”

Una de la mayores quejas contra el XCP-DRM de Sony BMG consistía en que el software recopilaba información sobre cuándo, con qué frecuencia y qué canciones escuchaban los consumi-

res, pasándole dicha información luego a Sony BMG.

Véase: Electronic Frontier Foundation (EFF): Sony BMG Litigation Info, <http://www.eff.org>

“La DRM compromete la seguridad informática”

Los DVDs del film “Mr & Mrs Smith” publicado en Alemania contenían la llamada tecnología DRM “Alpha-DVD”. Los consumidores que intentaron reproducir el CD en su ordenador informaron de caídas del sistema, funcionamiento defectuoso de su reproductor de DVD, incluso al grabar otros DVDs como copias de seguridad, y hasta de fallos generales del reproductor de DVD.

Véase: Heise News: Sicherheitslücke durch Knowelt-Kopiersperre, 13.2.2006, <http://www.heise.de>

“Los consumidores que compran descargas de música a los grandes proveedores online han caído en la trampa...”

A tal conclusión llega la Organización de Consumidores Europeos, BEUC, a partir de un estudio realizado por ella misma. El estudio confirma que la música descargada de MSN Music UK no puede reproducirse en el Sony Network Walkman o en un Apple iPod.

Véase: BEUC: Tests. Survey on Interoperability, 2005, <http://www.consumersdigitalrights.org>

Se trata de casos ilustrativos en los que puede apreciarse cómo los consumidores que habían comprado contenidos digitales (content) en forma de CD, DVD o en forma de música, texto o vídeo descargados de internet, se topan de repente con problemas imprevistos al ir a usar dichos contenidos. Una razón más que probable de estos problemas es el empleo de los llamados “sistemas anticopia” o de “gestión de derechos digitales” en DVDs, CDs o servicios online. En esta Guía del Consumidor sobre la DRM conocerá más acerca de los siguientes temas:

- ¿Qué es la DRM?
- ¿Qué efecto ejercen los sistemas DRM sobre el uso de los contenidos digitales?
- ¿Cómo puede saber que se está empleando un sistema DRM?
- ¿Qué leyes protegen al sistema DRM?

- ¿Cuáles son sus derechos como consumidor en relación con los sistemas DRM?

Y para terminar como es debido, le facilitamos una lista de control que puede serle de ayuda para protegerse contra desagradables sorpresas.

Nos centramos en la presentación de riesgos y efectos secundarios de la DRM, ya que son estas precisamente las informaciones que no pueden obtenerse con facilidad mediante otras fuentes. Con ello no queremos insinuar que se emplee la DRM siempre y necesariamente a desventaja del consumidor. Dado que la DRM se aplica de manera que toma en cuenta y respeta los intereses del consumidor, la tecnología puede servir de base para muchos servicios atractivos. Si desea aprender más sobre tales servicios, le recomendamos leer también nuestra Guía para usuarios de la DRM que se encuentra disponible en la página web. Esa Guía describe las diferentes funciones de la DRM y cómo puede utilizarse la tecnología para ofrecer al consumidor en el mercado nuevos productos y servicios fáciles de usar. Véase: INDICARE Content Provider's Guide to DRM; <http://www.indicare.org/user-guide/>

2 ¿Qué es la Gestión de Derechos Digitales?

Qué es y dónde se emplea

Los Sistemas de Gestión de Derechos Digitales (sistemas DRM) se emplean con el fin de controlar el uso de contenido digital, protegiéndolo contra una utilización no autorizada. Hay muchas clases diferentes de sistemas DRM. Éstos están integrados tanto en medios físicos (es decir, CDs o DVDs) como en contenidos difundidos online, como, p. ej., ficheros de música, e-books (libros electrónicos), textos, imágenes y juegos, o incluso en *video-on-demand* (vídeo a demanda). La difusión “online” de los contenidos puede tener lugar a través de internet, de redes de televisión interactivas o a través de comunicación por telefonía móvil. He aquí algunos ejemplos de servicios o productos que emplean DRM:

- CDs o DVDs con protección anticopia electrónica;
- Servicios online con los que pueden descargarse canciones, vídeos, álbumes completos o e-books (libros electrónicos), como, p. ej., iTunes, RealPlayer Music Store, Ciando, Movie-link, Moviefone;
- Un DVD que puede reproducirse sólo en determinados países y no en otros países;
- *Pay-per-view* (pago por visión) o *video-on-demand* (vídeo a demanda).

La protección anticopia en un CD o DVD (es decir, en los llamados medios offline), por ejemplo, se considera DRM, de modo comparable a los métodos de encriptación que emplean los comercios musicales en internet (es decir, los llamados medios online). En este sentido, puede ocurrir que una pieza musical descargada en un determinado formato, p. ej., en formato de Windows Media, no pueda reproducirse con cualquier aparato reproductor, p. ej., con el Apple iPod. La DRM se emplea usualmente en combinación con contratos, especialmente en relación con los medios online. Aquí la misión de los sistemas DRM es, pues, garantizar el cumplimiento efectivo de las disposiciones contractuales sobre el alcance de las posibilidades de uso (para más información, véase el capítulo 5).

La DRM emplea diversas técnicas para vigilar y controlar el uso del contenido digital, principalmente, encriptamiento, marcado o incompatibilidad selectiva:

- Encriptamiento (*encryption*): los consumidores pueden tener acceso a informaciones encriptadas sólo con ayuda de una clave. A menudo dicha clave está contenida en el hardware o software empleado para tener acceso a ese contenido. Un ejemplo es el reproductor de DVDs: éste contiene una clave para reproducir DVDs.
- Marcado (*marking*): para comunicar una información sobre el contenido, p. ej., sobre si el fichero está protegido contra copia, sobre quién es el titular de los derechos y cuáles son las modalidades de uso autorizadas, el titular de los derechos marca los ficheros antes de su venta.

- Incompatibilidad selectiva (*selective incompatibility*): al codificar, por ejemplo, un fabricante fallos en el contenido de un CD, éste intenta determinar si puede reproducirse también con un ordenador, autorradio, aparato portátil, teléfono móvil, etc.

La DRM, ¿una bendición o una maldición?

Para Ud., como consumidor, los sistemas DRM pueden tener efectos positivos y negativos. Tal y como muestran los ejemplos anteriores, los sistemas DRM se emplean en toda una serie de nuevos servicios, de los cuales algunos acaso ni se ofrecerían sin DRM. Nuevos modelos de comercialización y tarificación, como, p. ej., el de iTunes, permiten comprar sólo una determinada canción preferida de un CD, sin tener que comprar al mismo tiempo todo el CD. Otro ejemplo es el servicio online Movielink, que permite poseer un film y verlo sólo durante un tiempo determinado. Por otro lado, tal y como aclararemos en el capítulo 3, la DRM restringe también las posibilidades de uso de los contenidos digitales, así como la libertad de elección a la hora de comprar contenidos en los diferentes proveedores. La DRM puede incluso entrar en conflicto con su esfera privada, su propiedad o con la seguridad de su ordenador. En algunos casos tales restricciones pueden entrar en conflicto con los derechos e intereses legalmente establecidos de los consumidores. En un caso así los consumidores pueden emprender acciones legales. Esta posibilidad se aborda en el capítulo 5.

3 Cómo perjudican los sistemas DRM sus opciones de uso de contenidos digitales

Los proveedores de contenidos digitales con sistemas DRM disponen de muchas opciones para determinar con mucha precisión qué puede Ud. hacer y qué no con dichos contenidos.

La DRM puede limitar su elección y su libertad para escuchar, leer o ver contenidos dónde y cuándo Ud. quiera

Desde la aparición de los sistemas DRM la libertad para usar a discreción los contenidos electrónicos no deja de reducirse. Con ficheros protegidos por DRM es posible que Ud. no pueda “fusilar” un CD para convertir los títulos a otro formato (p. ej., a formato MP3), copiar un CD o reproducirlo en su autorradio o en otro ordenador. Algunos ficheros los descifra sólo el hardware de un determinado operador, mientras que en otros ficheros se apliquen acaso medidas para restringir el número de posibles copias. Los ficheros pueden también contener una fecha electrónica de caducidad, lo que significa que, una vez transcurrido el plazo establecido, no puede usarse ya el fichero. Así, p. ej., podrá ver un film comprado online sólo dentro de un periodo de 24 horas. Otro ejemplo es un contrato con un proveedor de servicios que no le autoriza a realizar copias de seguridad; el sistema DRM empleado se encarga de dejar éstas inoperativas, de modo que Ud. corre el riesgo de perder su colección de ficheros de música si intenta trasladarlos a un nuevo ordenador o reproductor. Este mecanismo conocido como “forward lock” impide también que Ud. pueda revender sus ficheros, tal y como ocurre normalmente, p. ej., con los libros, CDs, DVDs, etc. usados.

Otro aspecto relacionado con esto es la compatibilidad entre los ficheros descargados y su hardware o software. Un ensayo llevado a cabo recientemente por la Organización de Consumidores Europeos, BEUC, llegó a la conclusión de que:

- en la mayoría de los casos es imposible o, al menos, muy complicado reproducir un fichero de música descargado en un determinado formato en aparatos diseñados para otro formato;
- muchos servicios de descarga que a menudo distribuyen música sólo en un único formato de fichero pueden controlar así en qué aparatos pueden reproducirse los ficheros de música.

Esto significa, por ejemplo, que un fichero de música descargado en un determinado formato (p. ej., en Windows Media Audio (formato WMA) posiblemente no pueda reproducirse en todos sus aparatos. Por regla general tampoco es posible convertir directamente un formato en otro, es decir, los ficheros WMA no pueden convertirse directamente, por ejemplo, en el formato AAC (Advanced Audio Coding) que usa el Apple iPod. Respecto a los contenidos electrónicos offline, las restricciones de uso y la falta de compatibilidad con el hardware reproductor puede también implicar que Ud. no pueda usar su colección de CDs, DVDs, etc. en determinados aparatos y ordenadores. Puede consultar el ensayo sobre “Interoperabilidad de las ofertas musicales online y aparatos reproductores portátiles” realizado por BEUC en:

http://www.consumersdigitalrights.org/cms/test_interop_de.php

La esfera privada

A menudo la DRM se usa especialmente en los servicios online para registrar información sobre Ud.: cuándo reproduce qué canciones, con qué frecuencia lo hace, etc. Mientras que los datos se usan por regla general para comprobar el cumplimiento de las licencias de uso, a veces se emplean también con fines internos de comercialización y en otros casos se pasan a terceros o incluso se venden. Pero la DRM puede también emplearse en CDs y DVDs para vigilar la pautas de consumo. Un ejemplo infame fue el llamado sistema XCP-DRM de Sony BMG: para escuchar el CD en el ordenador propio debía instalarse primero un software, con cuya ayuda Sony BMG podía rastrear cuándo se había escuchado el CD, por cuánto tiempo, etc. Estas informaciones se enviaban luego por internet a Sony BMG.

Seguridad

Los sistemas DRM pueden en ocasiones causar también daños a su ordenador u otros aparatos. Algunos sistemas DRM, por ejemplo, son incompatibles con la configuración de su ordenador, por lo que pueden hacer que éste falle. Así, la seguridad está en juego siempre que un sistema DRM instala software adicional en su ordenador. Dicho software puede entrar en conflicto con su

unidad de DVD (como ocurrió en Alemania con el DVD de “Mr & Mrs Smith”), con su software del reproductor o con otras funciones del ordenador. Si el software establece una conexión a través de internet pueden incluso generarse así interfaces que virus, gusanos y troyanos podrían usar para atacar su sistema.

¡Importante! Tenga en cuenta:

los sistemas DRM no pueden afectar a su modo de usar los contenidos digitales comprados (música, vídeo, texto). Bien pudiera ser que Ud. acepte sencillamente algunas de las limitaciones si está de acuerdo con el precio y las condiciones en las que se le han ofrecido los contenidos. No obstante, es posible que algunas de las limitaciones no resulten aceptables o que perjudiquen incluso sus derechos, legalmente establecidos, como consumidor (más información sobre sus derechos en el capítulo 5). Es, por tanto, importante saber si se están empleando sistemas DRM y, si es así, qué implicaciones tiene en cuanto al DVD o CD que desea comprar o sobre el contenido que desea descargarse. En el siguiente capítulo mostraremos un par de indicadores por medio de los cuales puede detectar si se está empleando un sistema DRM.

4 Detección de un sistema DRM

A veces es pero que muy difícil detectar si un contenido o un proveedor de servicios emplea un sistema DRM o no. A este respecto deben distinguirse dos situaciones diferentes: DRM en un medio material, como un CD o un DVD, y DRM en un contenido distribuido online.

DRM en un CD o DVD

En algunos países a los fabricantes que emplean un sistema DRM la legislación les obliga a indicarlo. En Alemania, por ejemplo, los fabricantes deben comunicar a sus clientes que emplean una

DRM, qué características tiene, el nombre de la compañía y la dirección de la persona jurídica responsable del empleo de la DRM. No obstante, los deberes legales de identificación para las compañías que operan con sistemas DRM, tales como las disposiciones alemanas, siguen siendo la excepción. La mayoría de los países europeos no tienen aún especiales normas de identificación para la DRM (nota: hay, si es el caso, normas de identificación según las leyes generales de defensa del consumidor, tal y como se explica en el capítulo 5). En el espacio de la UE tampoco hay disposiciones formales de identificación para sistemas DRM.

Hasta en países en los que no hay especiales normas legales de identificación de los sistemas DRM muchos productores de CDs y DVDs o proveedores de contenidos online controlados mediante DRM optan voluntariamente, no obstante, por indicar de un modo u otro si emplean un sistema DRM o no. Una de las razones para ello es que algunas sentencias judiciales de los pasados años han elevado la presión sobre los productores de CDs y DVDs para que adviertan a los consumidores del empleo de tecnología DRM, así como de los efectos que ésta puede tener sobre el uso del producto. Si los productores no actúan así se les puede responsabilizar en caso de que los CDs no se correspondan con las expectativas del consumidor (véase el capítulo 5 para los detalles). A continuación le ofrecemos algunos ejemplos del aspecto que pueden tener tales iniciativas (voluntarias) de identificación, indicándole en qué debe fijarse al comprar un CD.

Si, por ejemplo, ve la frase “Este CD cuenta con protección anticopia” en la cara posterior de la caja del CD, debe saber que se está empleando un sistema DRM. Otro ejemplo es la presencia del siguiente logo, que en Europa y en los EE. UU. cuenta cada vez con mayor difusión:

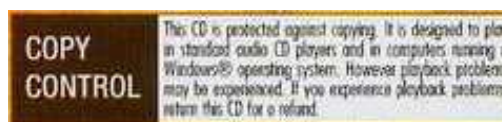


Este logo fue diseñado por la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (*International Federation of the Phonographic Industry*, IFPI,

<http://www.ifpi.org>). De acuerdo con las directivas IFPI sobre identificación, los fabricantes deben indicar claramente en qué aparatos o plataformas puede reproducirse sin problemas el CD y en qué aparatos o plataformas tal cosa no puede hacerse, y si el CD puede usarse en un ordenador, qué hardware y software requiere la reproducción. Los productores deben facilitar, además, otras informaciones, como, p. ej., una dirección de internet o el número de un *Service-Hotline*. Esta identificación IFPI es tan sólo un intento entre muchos de unificar la identificación de los sistemas DRM. Además de la identificación IFPI, en el mercado hay otras muchas identificaciones. Las más usuales son:

| Playability on / Abspelbarkeit auf / Lecture sur | | | |
|--------------------------------------------------|--------------------------------|--------|-------------------------------------------|
| | CD Audio Home player / lecteur | ✓ | PC, min. Win 95/64 MB RAM, Pentium II 233 |
| | Others / Sonstige / Autres | < 100% | Mac |
| | | | Others / Andere / Autres |

Info: www.bmg-copycontrol.info



will not play on PC/MAC

Para una detallada visión de conjunto, véase: Campaign for Digital Rights: Copy protected CDs, <http://ukcdr.org/issues/cd/warnings/>

¡Importante! Tenga en cuenta:

compruebe cuidadosamente los CDs y DVDs que compre. Es de prever que en el futuro

sean cada vez más los productores de CDs o DVDs que indiquen si emplean una tecnología DRM. Si no está de acuerdo con las limitaciones, puede decidir por sí mismo si compra el CD o DVD o no. Una vez haya comprado ya el producto puede resultar complicado convencer a alguien de que el producto no cumple con sus expectativas, especialmente, si se le advirtió adecuadamente de ello mediante una etiqueta (para más información, véase el capítulo 5). No obstante, debe saber también que entre los abogados, políticos, grupos de consumidores y representantes de la industria se discute cada vez más acerca de cuándo una advertencia de DRM es adecuada y suficiente y cuándo no.

Sistemas DRM en contenidos online (descargas)

La etiqueta IFPI vale sólo para CDs y DVDs, pero no para la música o para otros contenidos que pueden venderse como fichero online. Así pues, en la compra online el empleo de sistemas DRM es tanto más difícil de reconocer. No obstante, hay ciertos indicadores que pueden servirle para determinar si se está empleando un sistema DRM o no.

Hay algunos modelos comerciales que sólo se ofrecen con DRM

Servicios que emplean típicamente una forma de DRM son los de *pay-per-view* o de préstamo de películas online. La mayoría de los servicios comerciales de descarga de música online operan también con DRM, como, p. ej., Real Networks o iTunes. En cuanto a otros servicios lo normal es que no cuenten con sistemas DRM: en el antiguo Napster se podía antes descargar música gratuitamente. Ahora, para garantizar que el contenido comprado se emplea sólo de acuerdo con las condiciones de licencia, la nueva compañía Napster usa también una tecnología DRM. A veces tales proveedores de servicios emplean también logos que advierten del empleo de DRM, como, p. ej., el logo “PlaysForSure” de Microsoft.

Las restricciones de uso pueden indicar el empleo de DRM

Un indicio de la presencia de un sistema DRM es que las posibilidades de uso de un fichero estén limitadas a determinadas opciones (p. ej., que sólo resulte posible hacer un número limitado de copias, o que no puedan enviarse piezas musicales a cualquier otra persona). Otra señal de DRM es que los ficheros comprados online sólo puedan reproducirse en determinados aparatos reproductores portátiles (p. ej., el iPod de Apple sólo reproduce canciones descargadas de iTunes, pero no ficheros protegidos de otros proveedores o aquellos otros que no cuentan con restricciones DRM).

Lea las condiciones de uso

Una buena forma de saber más acerca del empleo de un sistema DRM es revisar las condiciones de uso del servicio online, conocidas también como convenios de licencia de usuario final (End-User License Agreements, EULA). Si consta en la licencia que sólo puede Ud. hacer cinco copias, que puede usar el fichero sólo en dos aparatos reproductores diferentes, o que sólo puede escucharlo durante una hora, etc., es muy probable que esté actuando una DRM. Otra posible referencia al empleo de una tecnología DRM se presenta cuando en las condiciones de contrato se le aclara que debe descargarse un software especial de reproducción (reproductor) del proveedor del contenido.

Compruebe el formato de fichero

Si ve que un fichero se presenta en formato AAC, entonces es muy probable éste esté codificado con el sistema DRM “Fair Play” de Apple. Si la extensión del fichero es “wma” o “asf”, entonces cabe esperar que el fichero esté provisto del sistema DRM de Microsoft. Puede Ud. configurar su sistema operativo de tal modo que las extensiones de fichero resulten siempre visibles. En el fichero de ayuda puede consultar cómo realizar tal ajuste en su propio sistema; los términos de búsqueda son, p. ej., “extensión de fichero” o “extensión de nombre de fichero”.

5 La DRM y la ley

Quizá haya tenido noticias de firmas musicales que han denunciado a consumidores por eludir los bloqueos DRM de piezas musicales digitales. Al mismo tiempo, se sabe de casos en los que los consumidores acuden a los tribunales para denunciar a los que aplican sistemas DRM. Las publicaciones técnicas informan con frecuencia de que los sistemas DRM pueden lesionar los derechos del consumidor. En este sentido, el estatus legal de los sistemas DRM y el de los consumidores es en muchos aspectos impreciso. En este capítulo aclaramos estos asuntos y le ofrecemos respuestas a las siguientes cuestiones, entre otras:

- ¿Es ilegal eludir los sistemas DRM o deshabilitarlos?
- ¿Tiene Ud. derecho a realizar copias privadas?
- ¿De qué protección goza la esfera privada del consumidor?
- ¿Pueden exigir los consumidores que sus CDs funcionen en cualquier aparato reproductor?

La mayoría de las disposiciones legales proceden de la legislación de UE. Actualmente no hay especiales reglamentos UE que protejan directamente a los usuarios frente a los contenidos protegidos por DRM. Pero el derecho general para la protección de los autores y los consumidores puede también contribuir algo a dotar a los consumidores de un estatus legal para defender sus intereses contra los que aplican sistemas DRM. Nos concentraremos, por tanto, en las disposiciones que, en el derecho europeo, están legalmente consolidadas. Podemos ofrecerle así una primera indicación sobre el aspecto que pueden presentar las disposiciones en su país. Es importante tener en cuenta que normalmente las directivas UE no otorgan al consumidor derechos inmediatos en su respectivo país de origen. No obstante, éstas obligan a la legislación nacional a aplicar leyes que traspongan al derecho nacional las disposiciones europeas. La aplicación del derecho europeo en los estados miembro de la UE puede variar de un país a otro. Para disponer de una información más precisa sobre la situación

legal diríjase a la asociación de defensa del consumidor de su país.

Offline u online: una gran diferencia

Desde el punto de vista legal hay una gran diferencia respecto a la distribución de contenidos offline u online. Pongamos que compra un libro impreso normal. Hecha la compra, Ud. posee el libro. Lo que puede Ud. hacer con él está regulado por los derechos generales de propiedad y de autor: puede venderlo, prestarlo a otros o hacer copias del mismo. Pero, por regla general, no podrá vender copias del mismo o escanearlo y colgarlo en internet. Tal y como más tarde explicaremos, determinadas normas de la ley de defensa del consumidor se aplican, además, sólo a productos materiales y no a los contenidos digitales que se descargan de internet.

Por contra, con un contenido digital que se ofrece online adquiere Ud. una licencia para el mismo, p. ej., para un *e-book* (libro electrónico). También aquí se aplican los derechos de autor. Asimismo, en las disposiciones de su licencia, es decir, en su contrato con el proveedor de servicios, puede precisarse, además, qué puede Ud. hacer con el contenido adquirido online y qué no. Si éste está controlado por un sistema DRM, los aparatos que Ud. precisa para leer el libro electrónico pueden vigilar el uso de éste, pudiendo incluso prevenir determinados usos autorizados por los derechos de autor (véase el capítulo 5), como, p. ej., realizar una copia privada del texto. Lo que Ud. puede o no puede hacer con el fichero se describe con precisión en la licencia y no tiene por qué coincidir con los lícitos privilegios que le asisten en virtud de los derechos de autor en vigor. La licencia es un contrato entre Ud. y el proveedor de servicios que le autoriza a hacer determinadas cosas con el contenido que Ud. ha comprado online.

Por ejemplo, según su contrato con el proveedor de servicios, quizá tiene Ud. derecho a escuchar una pieza musical durante una semana, a realizar un máximo de cinco copias de ésta, a reproducirla sólo en tres aparatos diferentes, etc. Otros ejemplos frecuentes son que Ud. no puede enviar el fichero por e-mail a un amigo, ni venderlo o hacer nuevas mezclas con él, etc. Es po-

sible que algunas otras restricciones vayan más lejos y resulten acaso ilegales (sobre la licitud de algunas disposiciones contractuales véase el capítulo 5). Compruebe, en cualquier caso, las “condiciones comerciales” de servicios tales como Napster, iTunes, Realplayer Music Store, Movielink y otros servicios online.

Si bien los sistemas DRM están protegidos legalmente, también el consumidor está protegido contra algunas regulaciones DRM

La prohibición de elusión

La llamada prohibición de elusión de la directiva sobre derechos de autor de la UE prohíbe eludir un sistema DRM (es decir, “piratearlo”) o ayudar a otros a hacerlo. La prohibición de elusión se aplica incluso en situaciones en las que Ud. tiene buenas razones para pensar que tendría tal derecho, por ejemplo, porque Ud., normalmente, según las leyes de su país, puede hacer copias de un CD, convertir el contenido en formato MP3 o difundirlo como ejercicio en el aula, por mencionar sólo un par de ejemplos. No importa si Ud. tiene o no tales derechos respecto a medios protegidos por DRM: si el contenido está protegido por un sistema DRM, no puede Ud. retirarlo o eludirlo. Esto vale igualmente para contenidos protegidos por DRM que se descargue de internet, como, p. ej., las piezas musicales que haya adquirido en un comercio musical online. Está, asimismo, prohibido distribuir comercialmente cualquier herramienta que permita eludir un sistema DRM. La definición de una herramienta es, en general, muy amplia y comprende no sólo el software que puede usarse para eludir la DRM, sino también la facilitación de informaciones acerca de cómo pueden eludirse tales sistemas DRM o incluso la publicidad de tales herramientas o guías.

Según la legislación de su país y dependiendo de si Ud. elude dichos sistemas con fines comerciales o privados, las sanciones pueden corresponderse desde con penas civiles hasta con penas criminales (multas, penas de cárcel etc.). Pero conviene saber también que sigue imperando una amplia inseguridad y debate sobre las disposiciones.

Sus privilegios según los derechos de autor...

La buena noticia es que los derechos de autor reconocen normalmente ciertos usos de los contenidos sin que previamente deba recabarse una autorización del titular de los derechos (compañía discográfica, estudio de cine, editorial etc.). En este capítulo aclararemos dichos privilegios. Pero, por favor, comprenda que sólo podemos tratar brevemente este asunto y es posible que no podamos abordar todas las cuestiones que Ud. tenga. Al final de este folleto encontrará enlaces en los que puede recabar una información más detallada.

La ley reconoce lo que se llaman excepciones a los derechos de autor del titular de los mismos. Estas excepciones autorizan al consumidor a efectuar determinadas operaciones que, de otro modo, supondrían una infracción de los derechos de autor en caso de no haber sido aprobadas por el titular de los mismos. En la mayoría de los países europeos existen las siguientes excepciones, entre otras:

- excepción de copia privada: Ud. puede hacer una copia de seguridad para sus propios fines de investigación o estudio, o una copia para su familia o para un buen amigo. La copia puede realizarse sólo con fines no comerciales.
- excepciones con fines formativos o científicos: si Ud. es docente o científico, puede Ud. copiar o difundir un texto, film, canción, etc. como material ilustrativo. Dicho fin deberá ser siempre de naturaleza no comercial.
- excepciones con fines de citación: puede Ud. citar un artículo, libro, informe, film, etc. para realizar una crítica o recensionar el trabajo en determinadas condiciones, si éste ya ha sido publicado.
- excepciones para parodias: puede Ud. citar textos, canciones, películas, etc. para realizar caricaturas o parodias.

Aunque las excepciones de los derechos de autor están pensadas en beneficio del consumidor, no se trata de derechos en el sentido de que otorguen a los consumidores un derecho individual.

lizado que éstos puedan hacer valer inmediatamente. Como consecuencia, cuando un juez juzgue si una excepción resulta aplicable deberá primero ponderar los intereses de la persona beneficiaria de la excepción contra los derechos exclusivos del titular de los mismos. De ahí que aquí llamemos a estas excepciones a los derechos de autor “privilegios” y no “derechos”.

... y las limitaciones que los sistemas DRM suponen para estos privilegios

El problema con todos estos privilegios es que sigue quedando poco claro cómo puede uno hacer valer tales privilegios cuando se aplica un sistema DRM que no puede eludirse. La mayoría de las leyes nacionales y la legislación de la UE siguen sin aportar una respuesta. La legislación de la UE sólo obliga a los respectivos países de una forma harto vaga a garantizar que los consumidores puedan hacer uso efectivo de tales excepciones, aun cuando se emplee un sistema DRM, sin precisar cómo ha de lograrse esto. Sólo un par de estados miembro han aprobado reglamentos de protección de los intereses del consumidor respecto a los contenidos digitales.

En Francia, por ejemplo, se discutieron mucho las posibles iniciativas legales para reforzar la excepción de copia privada. Los derechos de autor alemanes obligan al titular de éstos a facilitar al consumidor las medidas necesarias para que éste pueda hacer uso de los trabajos con fines de estudio, parodia o ilustración y (de un modo restringido) para la copia privada. En Dinamarca se ha empleado un procedimiento de conciliación que pretende contribuir a que los consumidores usen de determinados modos lícitos los contenidos salvando los obstáculos de un sistema DRM. Los derechos de autor portugueses declaran explícitamente que los sistemas DRM no pueden dificultar el uso legítimo de los contenidos. Se insta a los titulares de los derechos en Portugal a adoptar medidas voluntarias para garantizar esto, pero los consumidores pueden acudir a un órgano de arbitraje. Se trata tan sólo de un par de ejemplos. Está aún por ver qué efecto tienen tales regulaciones en la práctica y si otros países seguirán el ejemplo, o si la legislación en Europa elaborará otras regulaciones que clarifiquen la situación de los consumidores.

Es posible que sus derechos queden anulados por un contrato entre Ud. y el proveedor del servicio o del contenido incluso cuando, según la legislación de su país, Ud. tenga privilegios de uso. La libertad de contrato conlleva la autorización para vender productos con ciertas limitaciones. El proveedor puede decidir que estos privilegios definidos por ley no resulten aplicables. Sobre esta cuestión, no obstante, impera aún un vivo debate. A menudo, durante una transacción online los privilegios ya mencionados son suprimidos al hacer clic sobre el botón de “Aceptar”. De ahí la gran importancia que tiene que Ud. lea cuidadosamente las condiciones comerciales antes de comprar los contenidos, especialmente cuando compra contenidos online.

¡Importante! Tenga en cuenta:

los derechos de autor incluyen excepciones que pueden reportarle ventajas. No obstante, no está aún claro cómo puede hacerlas valer. Los productores y proveedores de servicios tienen derecho a modificar contractualmente las disposiciones, por lo que deberá leer siempre cuidadosamente las condiciones comerciales. Si no está de acuerdo con las condiciones, puede Ud. rechazarlas. Esto, en última instancia, supone, sin embargo que no podrá comprar el producto. Si el contenido no puede encontrarse en ningún otro sitio, no parece ésta una buena elección. No obstante, no hay que olvidar que se trata al menos de una abierta declaración respecto al proveedor del producto o servicio que Ud. no compre un producto o un servicio con el que no está satisfecho, lo que indica que los consumidores no están dispuestos a aceptar condiciones desfavorables o demasiado restrictivas. Esto contribuye a que el mercado comprenda así mejor sus deseos y preferencias. Lo cual no quiere decir, sin embargo, que Ud. como consumidor no pueda hacer valer sus derechos frente al empleo *injusto* de sistemas DRM. En el siguiente apartado le explicamos cómo puede defender sus intereses de acuerdo con

el derecho para la protección de los consumidores.

La DRM y el derecho para la defensa del consumidor

Introducción

El derecho para la defensa del consumidor protege a éste en sus transacciones comerciales con otras partes que le venden mercancías o servicios, p. ej., un CD o contenidos online. Esta protección del consumidor tiene lugar en diferentes fases:

- Antes de la compra: los vendedores están obligados a facilitar determinada información; éstos no pueden hacer uso de prácticas comerciales engañosas.
- Al cierre del contrato: aquí se aplica el derecho contractual.
- Después de la compra: cuando el consumidor recibe el producto queda protegido por las disposiciones sobre productos defectuosos y las leyes de responsabilidad por los productos.

Hay, además, obligaciones específicas, como, p. ej., la del deber de proteger la esfera privada de los clientes.

El deber de informar a los consumidores sobre la DRM

El derecho general para la defensa del consumidor describe pormenorizadamente la clase de información que debe darse al consumidor. Respecto a los contenidos digitales y los sistemas DRM los proveedores de mercancías y servicios deben facilitar toda aquella información que los consumidores requieran para tomar una decisión informada. Esto comprende, entre otras cosas, lo siguiente:

- el hecho de que se emplea una tecnología DRM;
- si ello supone que Ud. puede usar los CDs, DVDs o las piezas descargadas sólo en determinado aparato o con un determinado software;
- si pueden hacerse o no copias de los ficheros;

- si un producto instala software adicional en su ordenador;
- requerimientos específicos de software o hardware;
- si la DRM vigila su hábitos de usuario;
- si existen periodos limitados de uso respecto a los contenidos online;
- si Ud. puede grabar un contenido descargado sólo un determinado número de veces.

Si el vendedor se reserva dicha información y Ud. toma una decisión que no habría tomado de haber conocido tales circunstancias, un tribunal podría considerar como ilícito el proceder del vendedor.

Se prohíben las condiciones injustas de contrato

Los estados miembro de la UE deben contar con regulaciones nacionales que contemplen como injusta aquella disposición contractual que provoque un notable desequilibrio entre los derechos de las partes y las obligaciones resultantes del contrato. Esto vale especialmente para los llamados “contratos tipo”, que no permiten la negociación individual. Ud. debe aceptarlos o bien no hacer uso del servicio. Casi todos los contratos que regulan la venta online de contenidos digitales son de esta clase de contratos tipo.

He aquí una lista con algunas disposiciones sospechosas en contratos de consumo que pueden provocar un desequilibrio en la relación entre Ud. y el proveedor de servicios (la lista es inevitablemente incompleta y algunos elementos deben confirmarse aún mediante sentencia judicial):

- La reserva de poder modificar unilateralmente las condiciones comerciales: iTunes, p. ej., ha hecho uso de esta cláusula de reserva. Según ésta, Apple podría modificar el número de copias de una pieza musical incluso después de que Ud. la haya comprado y se la haya descargado en su PC.
- Aunque algunos sistemas DRM suponen un riesgo potencial para su PC, el vendedor puede exigir una exención de responsabilidad de tal amplitud que se le exima de toda responsabilidad ante diferentes clases de daños.

- El vendedor puede restringir la libertad de crítica pública del producto.
- A través de la venta del producto el vendedor puede vigilar sus hábitos de uso.
- El producto funciona sólo con software y/o hardware que proporciona el mismo vendedor o un proveedor preferencial de éste.

CDs y DVDs protegidos por DRM que no satisfacen las legítimas expectativas del consumidor

En la práctica el derecho para la defensa del consumidor ha servido ya a menudo para hacer valer reclamaciones contra las compañías discográficas. Han sido sobre todo casos en los que los consumidores habían comprado un CD o un DVD que no se correspondía con sus expectativas, por ejemplo, porque no podían hacer una copia del mismo para sus familiares o no podían escucharlo en el equipo del coche. La regulación general según el derecho para la defensa del consumidor dice que un consumidor tiene ciertas expectativas legítimas que el producto comprado debe satisfacer. Si tales expectativas no se cumplen, el producto se considera contrario a contrato. El derecho a poder esperar determinadas características puede basarse en diversas razones:

- la manera en que habitualmente se hace uso del producto,
- la manera en que se ha solicitado el producto,
- un acuerdo con el proveedor (es decir, un contrato), o
- porque el consumidor tiene ciertos derechos legales, tal y como ocurre con la copia para fines privados.

Si el producto o el servicio no satisface sus legítimas expectativas y a Ud. no se le informó antes debidamente al respecto, éste puede considerarse como defectuoso, por lo que tiene Ud. derecho, si es el caso, a devolver el producto y reclamar el reintegro de su dinero. ¿Qué puede Ud. esperar razonablemente de un CD o un DVD? Esta cuestión no está aún dilucidada en gran parte. Al respecto sólo hay unas pocas sentencias judiciales y son aún menos las referidas a los servicios online. Por consiguiente, aquí no pueden enunciarse aún unas reglas básicas. Las sentencias judiciales apuntan a que los consumidores pueden esperar legítimamente que los CDs puedan reproducirse en todos los aparatos

correspondientes, incluidos ordenadores, portátiles o autorradios. Mucho más polémica resulta la cuestión de si los consumidores pueden legítimamente esperar poder hacer una copia para los miembros de su familia. Hoy por hoy no todas las disposiciones sobre derechos de autor de los estados miembro contemplan una excepción para copias privadas.

Actualmente, en la mayoría de los países las disposiciones sobre contravención de contrato se aplican sólo a productos materiales como CDs y DVDs, y no a los servicios online, como, p. ej., a la música descargada de internet o a la televisión de pago. Se trata de otro vacío legal en la protección de los consumidores contra el empleo injusto de sistemas DRM.

¡Importante! Tenga en cuenta:

el deber de informar al consumidor acerca de la aplicación de ciertas limitaciones supone también para Ud. contar con una base de argumentación mucho más endeble cuando afirme que el producto no satisface sus expectativas si previamente se le advirtió de ello. Si se le informó de las limitaciones del producto, ya no podrá afirmar que no contaba con ciertas limitaciones. En caso de duda el producto no se considera ya “deficiente” o “defectuoso”, sino conforme con las condiciones de su contrato con el vendedor. De ahí que sea tan importante que compruebe cuidadosamente los CDs, DVDs y las condiciones de contrato de los servicios online.

La DRM y la responsabilidad sobre el producto

Según la directiva de la UE sobre responsabilidad por productos defectuosos, los estados miembro de la UE deben garantizar a los consumidores ciertos derechos cuando éstos sufren un daño a causa de productos con vicios. La directiva se aplica sólo a aquellas mercancías materiales que causan daños, como son los CDs y DVDs. Un producto se considera deficiente cuando no ofrece la seguridad que un usuario puede esperar, con lo que debe considerarse la presentación del producto, el uso que el consumidor puede razonablemente esperar y el mo-

mento en que dicho producto se puso en circulación.

Un caso reciente de producto defectuoso fueron los CDs comprados a Sony BMG. Éstos estaban equipados con el sistema DRM XCP. Para escuchar uno de estos CDs en el PC los usuarios debían instalar un software que hacía sus sistemas vulnerables a virus u otros programas dañinos (*malware*). El caso se hizo célebre en todo el mundo como el “escándalo Rootkit de Sony”.

Si su disco duro o su reproductor de DVDs queda dañado por usar un CD o un DVD, puede Ud. presentar una reclamación por responsabilidad sobre el producto. No obstante, la directiva sólo se aplica si los daños causados han sido proporcionalmente graves. Según la directiva el daño debe ser al menos de 500 euros para que pueda reclamarse una responsabilidad sobre el producto. Además, el objeto dañado debe estar destinado a uso o consumo privado y Ud. debe haberlo usado principalmente para su uso o consumo privados.

El deber de respetar y proteger la esfera privada de los consumidores

Algunos sistemas DRM pueden emplearse, además, para rastrear sus hábitos y datos personales. Esto es especialmente frecuente en los servicios online. En el procesamiento de sus datos personales los comerciantes online deben cumplir con las disposiciones de la directiva sobre protección de datos de la UE. Son datos personales toda aquella información sobre una persona física identificada o identificable, a saber, Ud. Son datos personales su dirección, su número de tarjeta de crédito, número de cuenta, la información sobre las cosas que Ud. ha comprado, cuándo las ha comprado y mucho más. Son ejemplos de “procesamiento” de datos el registro de datos personales, su almacenamiento y su entrega a terceros, p. ej., a otras compañías que empleen tales datos con fines publicitarios.

Así, los datos personales pueden tomarse y reutilizarse sólo cuando concurren razones legítimas para ello, como, p. ej.:

- cuando Ud. haya dado claramente su aprobación para ello;

- cuando el procesamiento de los datos resulte necesario para llevar a cabo un contrato al que Ud. se haya avenido, como, p. ej., para la facturación; y
- cuando la parte que los procesa o un tercero posee legítimo derecho para ello y éste no está en conflicto con los derechos fundamentales del consumidor.

La instancia económica que registra los datos personales está, además, obligada a garantizar lo siguiente:

- que los datos se procesan de forma justa y lícita;
- que los datos se recogen con fines claros y lícitos, tratándose éstos como corresponde;
- que los datos son pertinentes y que no resultan excesivos en relación con el propósito para el que se tomaron;
- que los datos deben ser exactos y, cuando así se requiera, actuales;
- que al consumidor se le proporcionan medios razonables para rectificar datos incorrectos sobre él, para borrarlos o para ordenar su bloqueo;
- que los datos que identifican a individuos no pueden almacenarse durante más tiempo del necesario.

En general tiene Ud. derecho a conocer la identidad de la persona responsable del registro de los datos, el propósito del procesamiento de sus datos y cualquier otra información que sea necesaria para garantizar un tratamiento justo de sus datos personales. Ud. tiene, asimismo, derecho en todo momento a revocar el procesamiento de sus datos personales con fines de *marketing* directo.

Si no está seguro, puede ser útil comprobar las “disposiciones sobre protección de datos” o la “política de protección de datos” en el sitio web del proveedor. Ud. tiene en todo caso derecho a pedir y recibir del proveedor de contenidos la información sobre datos personales y su tratamiento. Si sospecha que sus datos personales no se tratan de modo razonable, le recomendamos ponerse en contacto con su responsable nacional para la protección de datos.

Encontrará una lista de los responsables nacionales para la protección de datos en:
http://ec.europa.eu/justice_home/fsj/privacy/index.htm

Para más información sobre este tema, véase también:

<http://www.consumersinternational.org/>

Bueno, tiene Ud. algunos derechos, pero..., ¿qué hace ahora con ellos?

En general, si tiene problemas con un CD o DVD a causa de un sistema DRM deberá presentar sus quejas en primer lugar al vendedor al que le ha comprado el producto. A menudo hay un plazo determinado, de 7 o 14 días, en el que puede devolver el producto y exigir el reembolso del precio de compra o un vale. Lo mejor es comprobar estas disposiciones antes de comprar un producto. Después de la compra la información correspondiente debería poder consultarse en su recibo, en la factura o en las condiciones comerciales. Para los contenidos online de servicios de descarga no hay disposiciones similares.

Respecto a contenidos offline y online, Ud. puede, según su país de residencia, apelar a un órgano de arbitraje independiente o directamente a los tribunales. Hay órganos de arbitraje independientes, por ejemplo, en Suecia y Dinamarca. Para más información, por favor, diríjase a su organización nacional de defensa del consumidor.

En algunos casos es posible que su organización de defensa del consumidor pueda y esté dispuesta a representar su caso ante un tribunal u otra instancia (nota: no todos los países contemplan esta posibilidad procesal). Las organizaciones de consumidores en Francia representan, por ejemplo, a los consumidores que han comprado CDs que no pueden copiarse o escucharse en la autorradio. En Alemania y en Noruega las organizaciones de consumidores pueden representar también los intereses colectivos de los consumidores ante un tribunal. En el Reino Unido las organizaciones de consumidores apelaron a la autoridad nacional para la competencia porque iTunes Musicstore de Apple ofrecía más caras las canciones en el Reino Unido que en otros países europeos. En los EE. UU. represen-

tantes de los intereses del consumidor (en este caso, entre otros, la Electronic Frontier Foundation) han actuado con éxito en contra de la cargante tecnología XCP de Sony BMG. Se constituyeron en la fuerza que arrancó la promesa de Sony de no volver a usar esta tecnología y de indemnizar a los consumidores por los CDs comprados con el sistema XCP.

6 Listas de control

Qué debe tener en cuenta al hacer su compra (las listas no pretenden ser definitivas):

| | CD o DVD | Contenido online (descarga) |
|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ¿Dónde está la información importante? | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Etiquetas e indicaciones sobre protección anticopia en o sobre el producto (véase el capítulo 4); las llamadas licencias “mediante clic” o “Shrink-Wrap” que uno debe aceptar durante el proceso de instalación. Las licencias “Shrink-Wrap” son aquéllas cuyo contenido sólo puede verse una vez abierto el producto. | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Condiciones comerciales complementarias disponibles en alguna página del sitio web del proveedor o que aparecen (de forma más o menos clara/visible) durante el proceso de instalación o compra (licencias “mediante clic” o “Shrink-Wrap”). |
| Restricciones de uso | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ¿Puede hacerse alguna copia (p. ej., copias de seguridad)? <input type="checkbox"/> ¿Hay limitaciones respecto al número de copias que se pueden hacer? <input type="checkbox"/> ¿Puede Ud. copiar el CD/DVD y los contenidos a otros formatos, como ficheros MP3? <input type="checkbox"/> ¿Hay limitaciones respecto al modo en que puede escucharse, verse o leerse el producto (p. ej., están estas operaciones limitadas a un determinado periodo de tiempo o a un determinado número de usos)? <input type="checkbox"/> Puede uno intercambiar el contenido, transmitirlo o revenderlo y, si es así, en qué condiciones? <input type="checkbox"/> ¿Hay limitaciones respecto al uso del software? | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ¿Puede hacerse alguna copia (p. ej., copias de seguridad)? <input type="checkbox"/> ¿Hay limitaciones respecto al número de copias? <input type="checkbox"/> ¿Pueden convertirse los ficheros en otros formatos, p. ej., en ficheros MP3 sin protección? <input type="checkbox"/> ¿Puede pasarse el contenido a un CD o a un disco duro? <input type="checkbox"/> ¿Pueden incorporarse contenidos <i>streaming</i>? (los contenidos <i>streaming</i> no se almacenan de forma permanente en el ordenador) <input type="checkbox"/> ¿Hay limitaciones respecto al modo en que puede escucharse, verse o leerse el producto (p. ej., están estas operaciones limitadas a un determinado periodo de tiempo o a un determinado número de usos)? <input type="checkbox"/> Puede uno intercambiar el contenido, transmitirlo o revenderlo y, si es así, en qué condiciones? |
| Compatibilidad | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ¿Está el uso restringido a especiales aparatos reproductores (reproductor de CDs, ordenador, portátil, autorradio, etc.)? | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ¿Hay limitaciones respecto al tipo de aparato reproductor que puede usarse (determinado software, reproductor portátil, lectores electrónicos) para reproducir el contenido? <input type="checkbox"/> ¿Puede transferirse el contenido adquirido a otros aparatos? <input type="checkbox"/> ¿Hay restricciones respecto al número de transferencias permitidas? |
| Limitaciones geográficas | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ¿Puede usarse un CD o un DVD específico sólo en determinados lugares o en determinados países (la llamada codificación por regiones)? | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ¿Puede usarse un contenido específico sólo en determinados lugares o en determinados países? |
| Especiales requisitos de software | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ¿Debe descargarse o instalarse software adicional? <input type="checkbox"/> ¿Hay disponible un programa de desinstalación después de la instalación? | <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ¿Debe descargarse o instalarse software adicional? <input type="checkbox"/> ¿Hay disponible un programa de desinstalación después de la instalación? |

| | | |
|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Responsabilidad | <input type="checkbox"/> ¿Hace uso el vendedor de restricciones o exenciones de responsabilidad? <input type="checkbox"/> Si es así, para qué casos (daños a su propiedad, pérdida de datos, funcionamiento defectuoso, fallo de software)? | <input type="checkbox"/> ¿Hace uso el vendedor de restricciones o exenciones de responsabilidad? <input type="checkbox"/> Si es así, para qué casos (daños a su propiedad, pérdida de datos, funcionamiento defectuoso, fallo de software)? |
| Política de protección de datos | <input type="checkbox"/> Se supervisa el uso del contenido y, si es así, qué datos personales se recaban? ¿Con qué fin se registran sus datos personales y por quién? <input type="checkbox"/> ¿Se venden o transfieren sus datos personales a terceros o se usan de algún otro modo? | <input type="checkbox"/> Se supervisa el uso del contenido y, si es así, qué datos personales se recaban? ¿Con qué fin se registran sus datos personales y por quién? <input type="checkbox"/> ¿Se venden o transfieren sus datos personales a terceros o se usan de algún otro modo? |
| Modificaciones en el contrato | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> ¿Se reserva el vendedor el derecho de modificar unilateralmente sus condiciones comerciales? |
| Derecho aplicable | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> ¿Se facilita información sobre el derecho aplicable y la jurisdicción? <input type="checkbox"/> ¿Está el tribunal competente en su país? |
| Limitaciones de la libertad de expresión | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> ¿Puede criticarse públicamente el servicio? |

Enlaces útiles

- “What every citizen should know about DRM” (*en inglés*) de Public Knowledge, http://www.publicknowledge.org/pdf/citizens_guide_to_drm.pdf
- “A User’s guide to DRM in online music” (*en inglés*) de Electronic Frontier Foundation, <http://www.eff.org/IP/DRM/guide/>

Encontrará más información sobre la DRM, derechos de autor y consumidores aquí (*en inglés*):

- BEUC - European Consumers’ Organisation: “Consumers Digital Rights” Initiative” <http://www.consumersdigitalrights.org>
- BEUC - European Consumers’ Organisation: “Interoperability between online music stores and portable players”, http://www.consumersdigitalrights.org/cms/test_interop_en.php
- Campaign for Digital Rights: <http://ukcdr.org/>
- Consumers International: “5 Steps to protecting your privacy online”, <http://www.consumersinternational.org/>
- European law: <http://europa.eu.int/eur-lex/lex/en/index.htm>
- Euro-copyrights: <http://www.euro-copyrights.org/>
- European Commission Data Protection Page: http://europa.eu.int/comm/justice_home/fsj/privacy/index_en.htm

- European Consumer Law Group: "Copyright law and consumer protection", <http://www.ivir.nl/publications/other/copyrightlawconsumerprotection.pdf>
- EFF - Electronic Frontier Foundation: "A User's Guide to DRM in Online Music", <http://www.eff.org/IP/DRM/guide/>
- FreeCultureNYU: <http://wiki.freeculturenyu.org/wiki/index.php?title=DRM>
- IFPI (recording industry association): <http://www.ifpi.org/>
- INDICARE Project: <http://www.indicare.org/>

Encontrará más información sobre EULAs en:

- EFF - Electronic Frontier Foundation: "Dangerous Terms, A User's Guide to EULA's" (*en inglés*), <http://www.eff.org/wp/eula.php>

Encontrará más información sobre la aplicación e imposición de la ley de defensa del consumidor contra el uso injusto de sistemas DRM aquí:

- M. Schaub: "A breakdown of consumer protection law in the light of digital products" (*en inglés*), in: INDICARE Monitor, Vol. 2, No. 5, 29.07.2006, http://www.indicare.org/tiki-read_article.php?articleId=123

Organizaciones de consumidores

- Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios (AVACU), <http://www.avacu.es/>
- Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU), <http://www.cecuc.es>
- Organización de Consumidores y Usuarios (OCU), <http://www.ocu.org>
- Unión de Consumidores de España (UCE) <http://www.uniondeconsumidores.info/>
- Unión de Consumidores de Andalucía: <http://www.uniondeconsumidores.com/>



<http://www.indicare.org>