



INFORME ESPECIAL

El fallo “Rodríguez vs. Google” de la Corte Suprema de Argentina: ¿hacia una vía latinoamericana para el Derecho al Olvido?

Buenos Aires, enero 2015

d+i LLORENTE & CUENCA

1. INTRODUCCIÓN
2. BREVE ABECÉ DE LOS BUSCADORES
3. ESTÁNDARES LEGALES, DEL PAPEL AL BLOG
4. “RODRÍGUEZ VS. GOOGLE”
5. DERECHO AL OLVIDO: LA SOLUCIÓN EUROPEA
6. LA INMUNIDAD (CASI) ABSOLUTA EN LA SOLUCIÓN ESTADOUNIDENSE
7. COLOFÓN: ¿UNA TERCERA VÍA LATINOAMERICANA?

AUTOR

LLORENTE & CUENCA

1. INTRODUCCIÓN

La Corte Suprema de Justicia de la Nación Argentina dictó en noviembre último su sentencia en la causa “**Rodríguez, María Belén c/Google Inc. s/ daños y perjuicios**”¹. Se trata del expediente más conocido de los que integran una serie bautizada periodísticamente como “**los juicios de los famosos**”, en los que una centena de figuras públicas demandan a buscadores de Internet, principalmente a Yahoo! y a Google, con el fin de que estos cesen en la vinculación de sus nombres —desde Diego Maradona a la modelo Valeria Mazza— con determinados contenidos considerados por ellos agraviantes o injuriosos².

La **responsabilidad de los buscadores** en virtud de la información que generan los usuarios viene siendo eje de discusiones en la jurisprudencia y la legislación de todo el mundo. El debate es muy relevante en tanto que confronta conjuntos de derechos humanos básicos: los relacionados con la **libre información** (emitir y expresar el pensamiento, tanto como el derecho social de buscar y recibir información libre en un Estado democrático) y, por otro lado, los relacionados con el **honor** (incluyendo el derecho a la propia imagen) y la **protección de los datos personales**.

La decisión de la Corte argentina en el caso de la modelo Belén Rodríguez estableció —en concreto— que **los intermediarios como Google no tienen una responsabilidad objetiva** (es decir, independiente de la conducta que lleven a cabo) por la información que hayan producido terceros y que los googleos devuelven como respuesta. Sin embargo y a la vez, el Tribunal puso en claro en la misma sentencia que los motores de búsqueda **tampoco son indemnes** en este sentido: fijó para ellos un determinado **régimen de responsabilidad**.

En este documento analizaremos ese régimen y otras consecuencias prácticas del fallo “Rodríguez”, en comparación con las soluciones que otros marcos normativos y tribunales vienen dando al asunto en la Unión Europea y en Estados Unidos, y a las discusiones que se vienen presentando al respecto en América Latina.

1 La sentencia completa está disponible en el Centro de Información Judicial de la Corte Suprema argentina: <http://www.cij.gov.ar/scp/include/showFile.php>

2 Ver Álvarez Ugarte, R. y E. Rabinovich, (2013). “Los intermediarios y los desafíos para la libertad de expresión en Internet” en Revista Cuestión de Derechos [en línea] Número 4, Primer semestre de 2013, Buenos Aires, ADC, disponible en: <http://www.cuestiondederechos.org.ar/pdf/numero4/Articulo-8.pdf>

“El carácter de intermediarios necesarios que han adquirido los buscadores acarrea situaciones complejas en el plano de los derechos individuales y colectivos”

2. BREVE ABECÉ DE LOS BUSCADORES

Un buscador de Internet no es otra cosa que un sitio web que arroja resultados específicos ante las búsquedas de los usuarios. Según explica James Grimelmann, profesor de Derecho de la Universidad de Maryland, esos resultados se ofrecen sobre la base de un **índice algorítmico secreto**, creado por el buscador de manera automatizada, a través de **robots** que recorren todo el contenido de Internet con el objeto de guardar copias temporales de las páginas indexadas. Esas copias son utilizadas para crear los resultados de las búsquedas introducidas por los usuarios³.

En el flujo de información en Internet, los buscadores son así “**intermediarios necesarios**”: sólo ellos permiten vincular a los usuarios con contenidos que no saben previamente que existen.

La actividad de los buscadores a nivel global se encuentra muy concentrada⁴: el mercado es largamente dominado por **Google**, propiedad de Google Inc., la multinacional estadounidense abierta a la Bolsa de Nueva York en 2004 e ingresos declarados por más de USD 53 mil millones. Le siguen **Baidú** (el buscador más popular de China, de cuya composición accionaria Google llegó a poseer un 2,6%), Yahoo!

(de Yahoo Inc.) y Bing (de Microsoft). En América Latina, Google se queda con el 90% del mercado⁵. Y en la Argentina esa cifra sube al 94%, con un 4% para Bing⁶.

El carácter de intermediarios necesarios que han adquirido los buscadores acarrea situaciones complejas en el plano de los **derechos individuales** (de las personas que son objeto de la información que los buscadores vinculan) y **colectivos** (de los ciudadanos a informarse) frente al no menos legítimo derecho de las empresas propietarias de los buscadores a ejercer esta **actividad comercial lícita** y que finalmente contribuye al libre flujo de la información.

Son situaciones de distinta índole:

- Problemas relacionados con los **derechos de autor**: diversas industrias (editorial, discográfica, etc.) alegan que ven impactados negativamente sus modelos de negocio como consecuencia de la práctica extendida de compartir contenidos protegidos a través de Internet.
- La posible afectación del **derecho a la propia imagen**, punto de partida de los “juicios de los modelos”. Es el supuesto de los terceros que utiliza fotografías o el nombre de una persona sin su consentimiento.

³ James Grimelmann, 2007, The Structure of Search Engine Law, 93 Iowa L. Rev. 1, pág. 17.

⁴ Net Market Share (<http://www.netmarketshare.com/>). Consultado el 23/6/2014

⁵ Search Engine Land (<http://searchengineland.com/google-owns-90-percent-search-market-latin-america-77651>). Consultado el 23 de junio de 2014

⁶ Posicionamiento Internacional (<http://www.posicionamientointernacional.com/cuota-de-mercado-de-busca-dores-por-paises/>). Consultado el 23 de junio de 2014.

“En Argentina y en la mayor parte de la región, la jurisprudencia ya ha admitido que la preferencia por la libertad de expresión alcanza a los medios digitales y a los blogs, no solo a los periódicos y medios tradicionales”

- Problemas relacionados con el **derecho al honor**, que también ha sido invocado en los tribunales para cuestionar información considerada difamatoria.
- Más novedosamente se define como **derecho al olvido** la potestad que tiene el titular de determinada información en el sentido de que la misma sea borrada o suprimida de una fuente pública si es que la misma se torna obsoleta o impertinente por el paso del tiempo afectándolo en cualquier otro derecho, aun siendo esa información veraz o lícita.
- Por último, el **derecho de las empresas-buscadores** se ve inevitablemente afectado con las regulaciones administrativas de tipo restrictivo que se les pretende imponer y con las medidas regulatorias adoptadas en particular en sede judicial.

3. ESTÁNDARES LEGALES, DEL PAPEL AL BLOG

En la Argentina, el derecho a la libertad de expresión se encuentra **garantizado** por los artículos 14 y 32 de la Constitución y –como en el resto del continente– por el artículo 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos, que en el sistema argentino goza de jerarquía constitucional. Los tribunales ya no dejan dudas acerca de que esta protección va **de los medios tradicionales de papel a los digitales**.

Especialmente desde 1983 en adelante, el derecho a la libertad de expresión ha sido considerado en Argentina como **una libertad preferida**: se considera que cumple una función fundamental para el **desarrollo de la vida democrática**. Esta jurisprudencia tiene su origen en una mirada similar de los tribunales de Estados Unidos, que han considerado que este derecho busca generar un debate “desinhibido, robusto y abierto”, imprescindible en una sociedad democrática⁷.

El parámetro básico de esta aproximación hacia la libertad de expresión es que el derecho protege **incluso la información que es falsa**. En un famoso caso de 1986, la Corte argentina consideró que un periódico no podía ser responsabilizado por publicar **información falsa** si cumplía tres supuestos: a) atribución del contenido a la fuente original pertinente; b) utilización de un **tiempo de verbo potencial**,

⁷ Suprema Corte de los Estados Unidos, *New York Times Co. v. Sullivan*, 376 U.S. 254 (1964).

“En Argentina, México y otros países se aplica la doctrina estadounidense de la real malicia, que protege la información de interés público aun cuando resulte falsa”

y c) **reserva de la identidad** de los implicados en el hecho ilícito⁸ (para otro momento quedará la discusión acerca de cómo impacta esto en el **rigor de la actividad periodística** y la calidad de la información que producen los periódicos).

Esta jurisprudencia fue expandida más tarde con la adopción de la estadounidense **doctrina de la real malicia**, según la cual quien publica información falsa no es responsable si se trata de información de interés público, a menos que hubiera sabido con antelación que la información era falsa o que hubiera actuado con absoluta negligencia hacia la verdad o falsedad del hecho en cuestión⁹. Soluciones similares se han adoptado en países como **México**¹⁰ y otros.

La información verdadera se encuentra, obviamente, amparada por la garantía de la libertad de expresión. Cualquier reclamo, no obstante, tiene que analizarse de cara a la protección del **derecho a la privacidad**, que también ha sido reconocido por la Corte de una manera muy generosa¹¹. Sin embargo, cuando el derecho a la privacidad no ha sido violado de manera flagrante a través de una intromisión en la intimidad y cuando la infor-

mación de que se trata es de interés público, los tribunales argentinos se han inclinado por una preeminencia de la libre expresión.

Todos estos criterios **tienen validez también en Internet**, según la Corte argentina dio cuenta en otro fallo (caso “Sujarchuk”), el año pasado¹². El demandado era un periodista en virtud de los contenidos publicados, ya no en un diario, sino posteados en un blog. Se puede citar también el fallo Wallenberg, donde CSJ adoptó Campillay para proteger información de un sitio web¹³.

4. “RODRÍGUEZ VS. GOOGLE”

María Belén Rodríguez es una modelo cordobesa que detectó que ciertos sitios web sobre servicios de prostitución o pornografía recurrían a su nombre para promocionarse: tanto Google como Yahoo! los devolvían como respuesta ante el *googleo* de las palabras “María Belén Rodríguez”. En consecuencia, Rodríguez demandó a los buscadores por **daños y perjuicios** y solicitó, como **medida cautelar**, que se arbitraran los medios necesarios para que dejaran de hacer automáticamente ese link entre su nombre y las páginas porno.

8 Corte Suprema de Justicia de la Nación. Caso Campillay c. La Razón. Fallos, 308:789.

9 Tiene su origen en el caso de Estados Unidos “New York Times v. Sullivan”. Existen numerosos precedentes en los que la Corte argentina adoptó este estándar; el primero, en “Vago c/ Ediciones La Urraca”, de junio de 1990.

10 Caso “La Jornada c/Letras Libres”, de 2011, de la Corte mexicana

11 “Ponzetti de Balbín c/Editorial Atlántida”. Fallos 306:1982

12 “Sujarchuk, Ariel c/Warley, Jorge s/daños y perjuicios”. Fallos.755, L.XLVI. Accesible en: <http://es.scribd.com/doc/160297282/Sujarchuk-Ariel-Bernardo-C-Warley-Jorge-Alberto-s-Danos-y-Perjuicios>

13 La Constitución ampara si se acusa de nazi, Diario Digital: <http://www.diariojudicial.com/fuerocorte/La-Constitucion-ampara-si-se-acusa-de-nazi-20140812-0004.html>

“Para la Corte argentina, es responsabilidad de los buscadores como Google es, entonces, subjetiva. Esto significa que depende de la conducta que asuman”

En primera instancia, Rodríguez logró que se ordenara una indemnización en su favor. Luego, la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil revocó esa decisión. Consciente de la trascendencia pública de la cuestión, la Corte abrió el **recurso extraordinario** para tratar el caso, convocó a dos audiencias públicas para escuchar a las partes¹⁴ y a los “amigos del tribunal” y el 28 de octubre de 2014 resolvió —mediante una mayoría de 3 votos a 2— de esta manera¹⁵:

- Al sopesar los derechos en pugna, los jueces priorizaron el de la **libre expresión**, potenciada en nuestra era por “el carácter transformador” de Internet¹⁶.
- Puntualizaron que los buscadores **no tienen una responsabilidad objetiva**; o sea, independiente de su conducta. Un régimen de responsabilidad objetiva —como el que pedía la modelo— equivaldría a sancionar a una biblioteca por el contenido dañino de un libro que aloja en uno de sus estantes, según se compara en la propia la sentencia¹⁷.
- La responsabilidad de los intermediarios o buscadores es, entonces, **subjetiva**; esto es, está atada a cuando hayan to-

mado “**efectivo conocimiento de la licitud**” del contenido que se les reprocha y, a pesar de eso, no actúan diligentemente removiendo el correspondiente link¹⁸.

Ahora bien, ¿cómo se supone que el intermediario-buscador (Google, Yahoo! y sus congéneres) toma efectivo conocimiento de esa vinculación potencialmente dañina? En este aspecto, la Corte argentina fue más allá con un obiter dictum y, “en ausencia de una regulación legal específica”, fijó esta sub-regla¹⁹:

- Si el **contenido es “manifiestamente ilícito”**, al damnificado (Belén Rodríguez, Maradona y sus congéneres) debiera bastarle con una “**notificación privada**” al buscador. La Corte se refiere aquí a contenidos muy distintos entre sí, desde pornografía infantil hasta aquello que ponga en peligro la vida de alguien o “montajes de imágenes notoriamente falsos”, con lo cual parece dejar abierta la puerta a distintas interpretaciones sobre el alcance de esta regla.
- En cambio, en todos los demás casos, cuando el **contenido es “opinable”**, sería exigible la **notificación “de una autori-**

14 Los videos de las audiencias están disponibles en <https://www.youtube.com/watch?v=B8xAnrujoI8> y <https://www.youtube.com/watch?v=Bxlikawvc-I>

15 Eleonora Rabinovich, Internet: la tercera vía, en <http://ar.bastiondigital.com/notas/internet-la-tercera>

16 Considerandos 10 y 11 del voto principal

17 Considerandos 15

18 Considerandos 16

19 Ídem

“En cambio, en Europa, la jurisprudencia reciente más relevante en materia de Internet reconoce el denominado derecho al olvido digital aun por sobre el libre flujo de la información”

dad competente”. Para la Corte, sería opinable aquello que merezca un esclarecimiento en sede judicial o administrativa; no se especifica cuál podría ser esa autoridad competente.

5. DERECHO AL OLVIDO: LA SOLUCIÓN EUROPEA

En Europa, la jurisprudencia reciente más relevante en materia de Internet es un fallo del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (TJUE)²⁰ que reconoce, al amparo de la normativa continental de protección de datos²¹, el denominado **derecho al olvido digital**. Puntualmente, la sentencia aplica, **por primera vez**, los alcances de este derecho a los motores de búsqueda.

El caso se remonta a 2010, cuando el ciudadano español Mario Costeja presentó ante la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) una denuncia contra el diario La Vanguardia y contra Google Spain y Google Inc. Costeja alegaba que cuando un usuario introducía su nombre en el motor de búsqueda, obtenía como resultado unos enlaces a dos páginas de La Vanguardia

de 1998, en las que se anunciaba una subasta de inmuebles motivada por un embargo para el cobro de unas cantidades adeudadas a la Seguridad Social. Este hecho suponía, en opinión de Costeja, un claro **perjuicio a su reputación**. Costeja solicitaba así que se exigiese al periódico la **eliminación de esas páginas** o se utilizara las herramientas facilitadas por los motores de búsqueda para proteger esos datos; también reclamaba que se exigiese a Google que eliminara sus datos personales de los resultados del motor de búsqueda.

Aunque la AEPD desestimó el reclamo, considerando que La Vanguardia había publicado legalmente la información, otorgó validez al planteo contra Google y exigió al buscador que tomase las medidas necesarias para retirar los datos de su índice. Google apeló la resolución ante la Audiencia Nacional, solicitando que se anulara lo resuelto por la AEPD.

La Justicia española llevó el caso ante el tribunal de Luxemburgo para que interpretara la legislación europea sobre protección de datos en Internet²². El 25 de junio

20 Tribunal de Justicia de la Unión Europea, Gran Sala, 13/05/2014. “Google Spain, S.L., y Google Inc., c. Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) y Mario Costeja González”. Disponible en <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=152065&pageIndex=0&doclang=ES&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=211837>.

21 Directiva 95/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de octubre de 1995, sobre la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y la libre circulación de estos datos.

22 La petición de decisión prejudicial versa sobre la interpretación de los artículos 2, letras b) y d), 4, apartado 1, letras a) y c), 12, letra b), y 14, párrafo primero, letra a), de la Directiva 95/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de octubre de 1995, relativa a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos (DO L 281, p. 31), y del artículo 8 de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea (en lo sucesivo, «Carta»). Ver: <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=152065&pageIndex=0&doclang=ES&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=211837>

“En Europa, el fallo 'Costeja' admite que las personas soliciten a los buscadores la eliminación de información que se pruebe irrelevante o no pertinente”

de 2013, el abogado general del Tribunal, Niilo Jääskinen, emitió una conclusión preliminar no vinculante reconociendo un mayor valor a la libertad de expresión y el acceso a la información frente a la protección de la privacidad: sostuvo que la directiva europea sobre protección de datos no establecía un derecho al olvido y que ese derecho **no se podía utilizar** para que los buscadores eliminen información²³.

Sin embargo, en su sentencia del 13 de mayo de este año, el Tribunal Europeo **adoptó otra postura**. Las claves del fallo son las siguientes²⁴:

- El Tribunal Europeo llegó a la conclusión de que la actividad de un motor de búsqueda debe calificarse como “tratamiento de datos personales”; de este modo, consideró al buscador **responsable de dicho tratamiento**, todo ello con independencia del papel que pueda desempeñar el titular del sitio web objeto de indexación.
- Según el Tribunal, el tratamiento de datos realizado por los buscadores está sometido a las normas de protección de datos de la Unión Europea, dado que Google ha creado en un Estado

miembro de la UE un establecimiento para la promoción y venta de espacios publicitarios y cuya actividad se dirige a los habitantes de ese Estado²⁵.

Así, el llamado **derecho al olvido** —que consagraba la protección de las personas frente a datos irrelevantes antes de la existencia de la web— **tiene vigencia también en la web** y para los buscadores, bajo el amparo de la Directiva de Protección de Datos comunitaria.

Esa es la novedad crucial de la sentencia: se admite la posibilidad de que las personas soliciten a los buscadores la eliminación de información que consideren irrelevante o no pertinente, **aunque sea veraz y lícita y no se elimine de la web de origen**, siempre que no se trate de información de relevancia pública por la calidad del peticionario (por ejemplo, si es un funcionario o una figura pública) y si el contenido se refiere a una cuestión de interés público.

El fallo “Costeja” ha despertado **apoyos** por su novedoso reconocimiento del derecho al olvido en Internet. Sin embargo, también ha cosechado **numerosas críticas** que apuntan a la complejidad de su implementación y a su real eficacia —en la medida que los contenidos

23 Conclusiones del Abogado General, presentadas el 25 de junio de 2013. Disponible en: <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=138782&pageIndex=0&doclang=ES&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=112844>.

24 Carolina Pina y Luis Miguel Peña: Mario Costeja vs. Google ¿Cómo pueden coexistir libertad de expresión, protección de datos y gestión de la reputación? Disponible en: www.dmasillorenteycuenca.com/publico/140528_dmasi_art%C3%ADculo_Mario%20Costeja%20vs%20Google.pdf

25 Ver un análisis del fallo en Pablo Palazzi, El reconocimiento en Europa del derecho al olvido en Internet, La Ley, AÑO lxxviii N° 106, 9 de junio de 2014 (Tomo La Ley 2014-c)

“En Estados Unidos,
una ley de 1996
estableció un régimen
de inmunidad
prácticamente absoluta
para los llamados
servicios informáticos
interactivos”

cuestionados continúan existiendo en la web pese a no estar indexados en los buscadores— y, por otro lado, en relación a los **problemas que representa para la libertad de expresión** de los contenidos en línea y los derechos comerciales de las empresas involucradas.

Para cumplir con el fallo, Google implementó un **formulario online**²⁶, aplicable sólo a los países europeos. Allí, los usuarios deben indicar los enlaces que desean eliminar y la razón por la cual los consideran irrelevantes, desactualizados o inapropiados; también deben enviar una copia digital de un documento que corrobore la identificación del peticionario y seleccionar qué país europeo de la lista de 32 que se dan a elegir corresponde a la petición.

6. LA INMUNIDAD (CASI) ABSOLUTA EN LA SOLUCIÓN ESTADOUNIDENSE

En los Estados Unidos, país pionero en la regulación de Internet, la discusión sobre la responsabilidad de los intermediarios viene **desde los albores de la world wide web**. La primera regla en este sentido data de 1996: en el marco de la lucha contra la pornografía infantil en la red, el Congreso sancionó la **Communications Decency Act (CDA)**, que determinó un régimen de **inmunidad prácticamente absoluta** para los así llamados “servicios informáticos interactivos”.

En síntesis, la ley establece que tanto los buscadores, como los me-

dios online o los portales del estilo de Twitter o Facebook, nunca son responsables por contenidos de terceros, con excepción de los supuestos de delitos federales y de la violación de derechos de autor.

Para los casos de copyright tiene vigencia la **Digital Millenium Copyright Act (DMCA)**, de 1998, que **modera** así el régimen de inmunidad para los casos de violaciones de derechos de autor. Esta norma instaura un sistema llamado de “**puertos seguros**”: los intermediarios mantienen la inmunidad a menos que tomen conocimiento a través de una notificación privada, de que a través de ellos se está descargando música o subiendo videos en violación a derechos intelectuales. El sistema —señalan los defensores de la libertad de expresión— genera el riesgo de promover la remoción de expresiones o informaciones de manera excesiva.

Carlos Cortés Castillo, investigador de la Universidad de Palermo, explica que, si bien el escenario de cuasi inmunidad es presentado como una conquista de la libertad de expresión, en tanto que garantiza un flujo amplio de la información en la web, también existen valiosas opiniones acerca de que la inmunidad total entraña **otros problemas**. En un texto titulado “**The offensive Intenet**”, dos autores citados por Cortés lo enfocan bien: “La velocidad con la que las **reputaciones** pueden construirse y alterarse es solo una

²⁶ Disponible en https://support.google.com/legal/contact/lr_eudpa?product=websearch

“La Comisión Interamericana de Derechos Humanos emitió el año pasado un informe en el que defiende la eximición de responsabilidad de los buscadores”

de las formas en que Internet ha cambiado todo. Con seguridad, la mayoría de estos cambios han sido para bien, pero lamentablemente Internet es una maldición cuando el objeto de información negativa es **uno mismo**”²⁷.

En este sentido, el fallo Costeja, en Europa, plantea un **modelo contrario** al de la protección de la información y de la actividad de los buscadores. La Corte argentina y otros antecedentes parecen avanzar por el medio.

7. COLOFÓN: ¿UNA TERCERA VÍA LATINOAMERICANA?

Recapitulando, la Corte argentina decidió en “Rodríguez vs. Google” que los buscadores de Internet no tienen una responsabilidad per se por los contenidos de terceros, ni una inmunidad absoluta. Serán responsables subjetivamente y en la medida que hayan sido notificados —en principio, por una autoridad competente— de la ilicitud de los contenidos publicados por los terceros y, aun así, no hayan actuado con diligencia.

Si bien se trata muy posiblemente de la **primera sentencia de una Corte latinoamericana** en esta materia, el contenido del fallo no es completamente novedoso.

En efecto, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) ha emitido recientemente un informe en el que defiende la **eximición de responsabilidad de los buscadores** en estos términos: “Ninguna persona que ofrezca únicamente servicios técnicos de Internet como acceso, búsquedas o conservación de información en la memoria caché, deberá ser responsable por contenidos generados por terceros y que se difundan a través de estos servicios, siempre que no intervenga específicamente en dichos contenidos ni se niegue a cumplir una orden judicial que exija su eliminación cuando esté en condiciones de hacerlo (**‘principio de mera transmisión’**)”²⁸.

En el informe citado, la CIDH parece sugerir que los buscadores deben responder a **órdenes judiciales determinadas**, pero rechaza el establecimiento de sistemas de responsabilidad objetiva y señala que las responsabilidades ulteriores deben ser impuestas sólo sobre “quienes son **directamente responsables** de la expresión ofensiva”²⁹. La CIDH también descarta la validez de los mecanismos de notificación privada para la eliminación de contenidos —es decir, que un particular intime directamente a Google— y ofrece algunos lineamientos respecto de

27 Interesante la recopilación de antecedentes en un trabajo de Carlos Cortés Castillo para la Iniciativa para la Libertad de Expresión en Internet (ILEI) y la Universidad de Palermo. Disponible en <http://www.palermo.edu/cele/pdf/LasLlavesDelAmaDeLlaves.pdf>

28 CIDH, Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. 2013. Libertad de Expresión e Internet. Disponible en: http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/internet/INFORME_FE_INTERNET_2013.pdf

29 Ídem.

“Brasil y Chile tienen regulaciones en el mismo sentido. La Corte Constitucional de Colombia tiene un fallo pendiente sobre la misma materia”

cómo debería elaborarse un sistema de responsabilidad. Este es la visión con la que parece alinearse el reciente fallo de la Corte Suprema de Argentina.

Así opera el flamante **Marco Civil de Internet de Brasil**³⁰, la llamada “Constitución de Internet”, única de su tipo en la región. Esta ley también privilegia la libertad de expresión por sobre otros derechos individuales disponiendo la no responsabilidad de los buscadores a condición de una orden judicial “específica”, que identifique claramente el contenido ilegal y permita su “localización inequívoca”.

En el mismo sentido iría la **legislación chilena**. La ley de Propiedad Intelectual de este país³¹ tiene un capítulo sobre “responsabilidad de los prestadores de Internet” en el que también se hace referencia a un **mecanismo de retiro de contenido** con intervención previa del juez³².

Darian Pavli, oficial de Open Society Justice Initiative en temas

de Libertad de Expresión, sostiene que la normativa brasileña y el fallo de la Corte Argentina representan una suerte de “**tercer modelo**”, entre el estadounidense y el europeo³³. Esta tercera vía transita entre los lineamientos del fallo “Costeja”, que favorece la retirada de contenidos, y el sistema de cuasi inmunidad que los intermediarios tienen en los Estados Unidos.

La tercera vía latinoamericana se plantearía así como una alternativa de equilibrio en el eterno conflicto entre el derecho a la libre expresión y otros derechos individuales. La próxima sentencia podría dictarla la Corte Constitucional de Colombia, en lo que podría ser el primer fallo de un alto tribunal latinoamericano sobre Derecho al Olvido: la demandante es una mujer que reclama que el periódico El Tiempo elimine de la web todos los antecedentes de una investigación penal que la tuvo como imputada y en la que finalmente resultó absuelta.

30 Disponible en http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/_Ato2011-2014/2014/Lei/L12965.htm

31 Disponible en: <http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=28933>

32 Ver Lara, J.C. y F. Vera, “Responsabilidad de los prestadores de servicios de Internet”

33 Darian Pavli: Case Watch: Top Argentine Court Blazes a Trail on Online Free Expression. Disponible en <http://www.opensocietyfoundations.org/voices/case-watch-top-argentine-court-blazes-trail-online-free-expression>

AUTOR



Pablo Abiad es Socio y Director General de la oficina de Argentina de LLORENTE & CUENCA. Se incorporó a la compañía en 2009. Experto en Comunicación Corporativa y Asuntos Públicos, ha desarrollado estrategias para grandes compañías argentinas y multinacionales como Barrick, Bimbo y Petrobras, entre otras. Trabajó durante más de 15 años en el diario Clarín, donde estuvo a cargo de la cobertura de temas judiciales en la sección de Política y Economía, y fue colaborador de otros medios argentinos y extranjeros. Ha sido autor de dos libros de investigación periodística de fuerte repercusión pública y ha dictado conferencias sobre periodismo en el país y la región.

pabiad@lorenteycuenca.com

www.pabloabiad.com

LLORENTE & CUENCA es la primera consultoría de Gestión de la Reputación, la Comunicación y los Asuntos Públicos en España, Portugal y América Latina. Cuenta con diecisiete socios y más de 300 profesionales que prestan servicios de consultoría estratégica a empresas de todos los sectores de actividad con operaciones dirigidas al mundo de habla española y portuguesa.

Actualmente, LLORENTE & CUENCA tiene oficinas propias en Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, España, México, Panamá, Perú, Portugal y República Dominicana. Además, ofrece sus servicios a través de compañías afiliadas en Estados Unidos, Bolivia, Paraguay, Uruguay y Venezuela.

Su desarrollo internacional ha llevado a LLORENTE & CUENCA a ocupar en 2014 el puesto 55 del Ranking Global de compañías de comunicación más importantes del mundo, elaborado cada año por la publicación *The Holmes Report*.

DIRECCIÓN CORPORATIVA

José Antonio Llorente
Socio Fundador y Presidente
jallorente@llorenteycuenca.com

Enrique González
Socio y CFO
egonzalez@llorenteycuenca.com

Jorge Cachinero
Director Corporativo de Innovación
jcachinero@llorenteycuenca.com

ESPAÑA Y PORTUGAL

Arturo Pinedo
Socio y Director General
apinedo@llorenteycuenca.com

Adolfo Corujo
Socio y Director General
acorujo@llorenteycuenca.com

Madrid

Joan Navarro
Socio y Vicepresidente Asuntos Públicos
jnavarro@llorenteycuenca.com

Amalio Moratalla
Socio y Director Senior
amoratalla@llorenteycuenca.com

Juan Castellero
Director Financiero
jcastillero@llorenteycuenca.com

Lagasca, 88 – planta 3
28001 Madrid
Tel: +34 91 563 77 22

Barcelona

María Cura
Socia y Directora General
mcura@llorenteycuenca.com

Muntaner, 240-242, 1º-1ª
08021 Barcelona
Tel: +34 93 217 22 17

Lisboa

Carlos Matos
Socio Fundador y Director General
cmatos@llorenteycuenca.com

Madalena Martins
Socia Fundadora
mmartins@llorenteycuenca.com

Rua do Fetal, 18
2714-504 S. Pedro de Sintra
Tel: +351 21 923 97 00

AMÉRICA LATINA

Alejandro Romero
Socio y CEO América Latina
aromero@llorenteycuenca.com

José Luis Di Girolamo
Socio y CFO América Latina
jldgirolamo@llorenteycuenca.com

Antonio Lois
Director Regional de RR.HH.
alois@llorenteycuenca.com

Bogotá

María Esteve
Directora General
mesteve@llorenteycuenca.com

Germán Jaramillo
Presidente Consejero
gjaramillo@llorenteycuenca.com

Carrera 14, # 94-44. Torre B – of. 501
Bogotá (Colombia)
Tel: +57 1 7438000

Buenos Aires

Pablo Abiad
Socio y Director General
pabiad@llorenteycuenca.com

Enrique Morad
Presidente Consejero para el Cono Sur
emorad@llorenteycuenca.com

Av. Corrientes 222, piso 8. C1043AAP
Ciudad de Buenos Aires (Argentina)
Tel: +54 11 5556 0700

Lima

Luisa García
Socia y CEO Región Andina
lgarcia@llorenteycuenca.com

Cayetana Aljovín
Gerente General
caljovin@llorenteycuenca.com

Av. Andrés Reyes 420, piso 7
San Isidro. Lima (Perú)
Tel: +51 1 2229491

México

Juan Rivera
Socio y Director General
jrivera@llorenteycuenca.com

Bosque de Radiatas # 22 – PH7
05120 Bosques las Lomas (México D.F.)
Tel: +52 55 52571084

Panamá

Javier Rosado
Socio y Director General
jrosado@llorenteycuenca.com

Avda. Samuel Lewis. Edificio Omega, piso 6
Tel: +507 206 5200

Quito

Catherine Buelvas
Directora General
cbuelvas@llorenteycuenca.com

Av. 12 de Octubre 1830 y Cordero.
Edificio World Trade Center, Torre B, piso 11
Distrito Metropolitano de Quito (Ecuador)
Tel: +593 2 2565820

Río de Janeiro

Yeray Carretero
Director
ycarretero@llorenteycuenca.com

Rua da Assembleia, 10 – sala 1801
Rio de Janeiro – RJ (Brasil)
Tel: +55 21 3797 6400

São Paulo

Juan Carlos Gozzer
Director General
jcgozzer@llorenteycuenca.com

Rua Oscar Freire, 379, CJ 111, Cerqueira César
CEP 01426-001 São Paulo SP (Brasil)
Tel: +55 11 3060 3390

Santiago de Chile

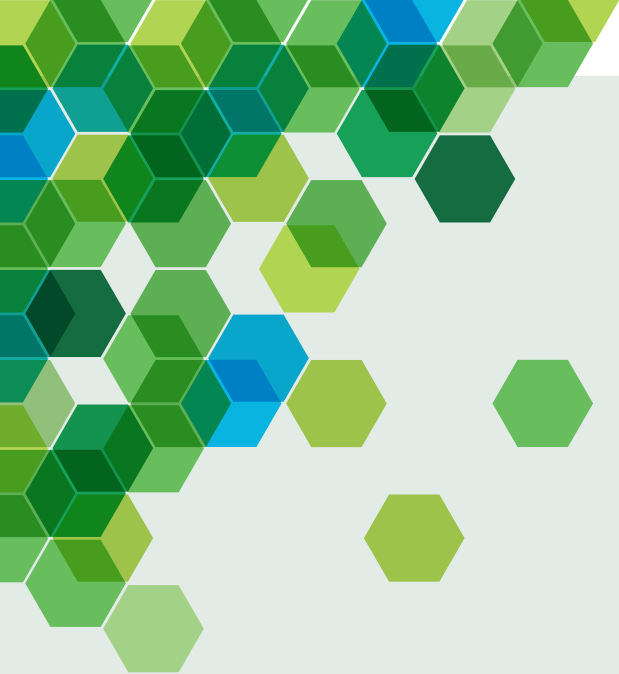
Claudio Ramírez
Socio y Gerente General
cramirez@llorenteycuenca.com

Avenida Vitacura 2939 Piso 10. Las Condes
Santiago de Chile (Chile)
Tel: +56 2 24315441

Santo Domingo

Alejandra Pellerano
Directora General
apellerano@llorenteycuenca.com

Avda. Abraham Lincoln
Torre Ejecutiva Sonora, planta 7
Tel: +1 8096161975



d+i es el Centro de Ideas, Análisis y Tendencias de LLORENTE & CUENCA.

Porque asistimos a un nuevo guión macroeconómico y social. Y la comunicación no queda atrás. Avanza.

d+i es una combinación global de relación e intercambio de conocimiento que identifica, enfoca y transmite los nuevos paradigmas de la comunicación desde un posicionamiento independiente.

d+i es una corriente constante de ideas que adelanta nuevos tiempos de información y gestión empresarial.

Porque la realidad no es blanca o negra existe d+i LLORENTE & CUENCA.

www.dmasillorenteycuenca.com

d+i LLORENTE & CUENCA