

## Comité Asesor sobre Observancia

**Décima sesión**  
**Ginebra, 23 a 25 de noviembre de 2015**

INICIATIVAS DE *INTERACTIVE ADVERTISING BUREAU* (IAB) POLONIA EN MATERIA DE COLOCACIÓN DE PUBLICIDAD EN SITIOS WEB NO DESEADOS PARA HACER FRENTE A LA INFRACCIÓN DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

*Documento preparado por el Sr. Włodzimierz Schmidt, Presidente y Director General de IAB Polonia, Miembro del Consejo de IAB Europa, Miembro de la Junta del Consejo de Publicidad de Polonia\**

### RESUMEN

El problema de los sitios web que infringen derechos de propiedad intelectual y obtienen sus beneficios de la publicidad reviste suma gravedad, habida cuenta de que acarrea consecuencias a largo plazo, no solo éticas y sociales, sino también financieras. A corto o a largo plazo, todos pierden. “Al hacer publicidad, piense en los derechos de los demás - Iniciativa en favor de una publicidad legal” es una iniciativa puesta en marcha por IAB Polonia<sup>1</sup> como primera iniciativa del tipo “Siga la pista del dinero” en el país y una de las primeras en la Unión Europea (UE). Con ella se pretende promover la inclusión de anuncios en sitios web con contenidos legales que respeten la legislación de derecho de autor. La experiencia muestra que la clave para elaborar iniciativas eficaces en materia de colocación de publicidad en sitios

---

\* Las opiniones expresadas en el presente documento son las del autor y no reflejan la opinión de la Secretaría ni la de los Estados miembros de la OMPI.

<sup>1</sup> IAB Polonia es la plataforma polaca de establecimiento de redes y de conocimientos de publicidad interactiva y comercialización digital. Su cometido principal es promover y desarrollar el mercado digital e interactivo por medio de la información, la educación, la defensa, la reglamentación, la investigación y la organización de actividades e iniciativas de establecimiento de redes. IAB Polonia está considerada la entidad más importante en la esfera de la economía digital en la región de los países de Europa Central y Oriental y es una organización consolidada que actúa en diferentes ámbitos de la publicidad interactiva. La labor de IAB Polonia comprende los asuntos públicos, las actividades de presión, la educación, la reglamentación y la promoción en Polonia, y se ha convertido en la voz del sector ante las empresas de comercialización y la comunidad digital.

web no deseados es la adopción de un enfoque que sea voluntario y flexible y que atraiga al mayor número posible de actores pertinentes.

1. El problema de los sitios web que infringen derechos de propiedad intelectual y obtienen sus beneficios de la publicidad es sumamente grave, habida cuenta de que acarrea consecuencias a largo plazo, no solo éticas y sociales, sino también financieras. Los servicios que permiten el acceso ilícito a los contenidos causan cambios en el entorno de Internet en su conjunto y en la cadena de valor. Todos pierden a corto o a largo plazo: los titulares de derechos, los editores, los anunciantes, las agencias, las centrales de compra y venta de inventarios publicitarios, las plataformas de adquisición de inventarios publicitarios, las redes de publicidad, las empresas de venta de publicidad, los mercados de compra y venta de espacio publicitario y las plataformas de oferta de inventarios publicitarios.

2. Como se señala en el informe de PricewaterhouseCoopers (PwC) titulado “Analysis of the impact of video content piracy on the economy in Poland”, de 2013, la economía polaca perdió entre 500 y 700 millones de zlotys nuevos de producto interno bruto (PIB) y las pérdidas directas para su Hacienda se situaron entre los 170 y los 250 millones de zlotys nuevos. Según un informe publicado por IAB Polonia a finales de 2013 con el título de “El futuro del vídeo en línea en Polonia”, los ingresos por publicidad obtenidos por los sitios web que infringen derechos de propiedad intelectual superaron los 50 millones de zlotys nuevos, lo que representó casi un 2,5% del gasto total en publicidad interactiva.

3. Huelga decir que la publicidad digital juega un papel fundamental en la financiación de los contenidos, los servicios y las aplicaciones digitales y permite ponerlos a disposición de un gran número de usuarios gratuitamente o con un costo reducido, además de impulsar el crecimiento en el sector digital.

4. En 2014, la publicidad digital aportó a la economía de Internet europea unos 30.700 millones de euros (un aumento de más del 11,6%) y la publicidad digital cada vez atrae más dinero a la economía digital. En 2006, el valor del mercado de la Unión Europea ascendía a 6.600 millones de euros, en comparación con 27.300 millones de euros en 2013. Esto supone un incremento del gasto de 20.700 millones de euros y representa una tasa de crecimiento compuesto anual del 22,5%, lo que equivale a un promedio de 3.000 millones de euros al año.

5. Con una tasa de crecimiento del 11,9% en 2013, frente a un aumento de apenas un 0,1% en el PIB global de la UE, el sector de la publicidad digital sigue superando los resultados del conjunto de la economía de la UE.

6. Los sitios web que permiten el acceso ilícito a contenidos presentan ciertas ventajas competitivas respecto de todos los canales legales de distribución de contenidos: no han de sufragar tasas en concepto de licencias y ofrecen un acceso gratuito o mucho más barato a los contenidos al mismo tiempo o antes de su estreno en sitios legales. Por otra parte, esos servicios generan beneficios para sus propietarios en función de la publicidad o de modelos de pago por contenidos.

7. Según el informe de PwC mencionado, no menos de 7,5 millones de polacos utilizan servicios de vídeo que infringen derechos de propiedad intelectual. De esos usuarios, entre un 29% y un 49% pagó al menos una vez para acceder a los contenidos.

8. Según los datos reunidos por IAB Europa, las iniciativas sobre colocación de publicidad en sitios web no deseados tienen su origen en las Directrices sobre Garantía de la Calidad de los Estados Unidos de América (QAG, por sus siglas en inglés) de 2010. En febrero de 2015 se presentó una segunda iniciativa en los Estados Unidos de América, denominada “Criterios básicos para garantizar una publicidad digital eficaz (DAAPs, por sus siglas en inglés)”.

10. Hasta la fecha, en Europa se han puesto en marcha iniciativas en materia de colocación de publicidad en sitios web no deseados en nueve países: Austria, Dinamarca, Eslovaquia, España, Francia, Italia, Países Bajos, Polonia y el Reino Unido. Una de las primeras fue la iniciativa polaca “Al hacer publicidad, piense en los derechos de los demás - Iniciativa en favor de una publicidad legal”. Esta iniciativa, puesta en marcha en junio de 2014 con la finalidad de promover tanto la inclusión de las empresas en listas de organizaciones que no incurren en prácticas ilícitas, como la transparencia sobre las medidas que adoptan las empresas para impedir la colocación de publicidad en sitios web que infringen derechos de propiedad intelectual, ha logrado reunir 15 firmas.

11. IAB Polonia cuenta con varias iniciativas relacionadas con la protección de la propiedad intelectual. La sensibilización acerca de la importancia que reviste el derecho de autor y otros derechos de propiedad intelectual es una cuestión de gran importancia. IAB Polonia considera, asimismo, que continúa siendo necesaria la educación en la esfera del derecho de autor y otros derechos de propiedad intelectual, tanto para los usuarios de Internet como para quienes se encargan del funcionamiento del sector de la publicidad. Por consiguiente, además de la iniciativa “Al hacer publicidad, piense en los derechos de los demás - Iniciativa en favor de una publicidad legal”, IAB Polonia lleva a cabo simultáneamente otra iniciativa, denominada “Vea contenidos en plataformas legales”.

12. La finalidad de la iniciativa “Vea contenidos en plataformas legales” es promover la distribución legal de contenidos de vídeo y ayudar a los usuarios de Internet a identificar los servicios de contenidos de vídeo que son seguros y cuentan con las licencias necesarias. Los servicios que distribuyen esos contenidos han empezado a solicitar la concesión de un distintivo de calidad que otorga IAB Polonia tras consultar a los miembros del patronato de la iniciativa “Vea contenidos en plataformas legales”. En el sitio web creado al efecto (<http://ogladaj-legalne.pl/>) se proporciona información sobre la iniciativa, así como una lista de los sitios y entidades que participan. Es una fuente de información sobre la distribución legal de contenidos de vídeo en Internet en Polonia desde 2012.

13. “Al hacer publicidad, piense en los derechos de los demás - Iniciativa en favor de una publicidad legal” es una campaña que IAB Polonia lleva a cabo desde junio de 2014. Se trata de la primera iniciativa que adopta un enfoque de “Siga la pista del dinero” en Polonia y es una de las primeras en la Unión Europea. Con ella se pretende fomentar la colocación de anuncios en sitios web de contenidos legales que respeten la legislación de derecho de autor. IAB Polonia desea sensibilizar a las empresas comercializadoras acerca de la necesidad imperiosa de anunciarse en sitios que respeten esa legislación, tanto para el desarrollo de la imagen de una marca como para los productos anunciados.

14. Esa iniciativa se dirige principalmente a los anunciantes y a los propietarios de marcas. Aparte de sensibilizar a ambos grupos, con esta iniciativa se los alienta a exigir que sus socios comerciales (por ejemplo, las empresas de medios de comunicación, las agencias o las redes) garanticen que los anuncios de sus respectivas marcas aparecen solo en sitios web que no infringen derechos de propiedad intelectual. En el marco de esta iniciativa también se proporcionan directrices y ejemplos de cómo incluir disposiciones, en las relaciones contractuales entre los actores del sector, en las que se estipule que los compradores desean que sus anuncios aparezcan solo en sitios que no infrinjan derechos de propiedad intelectual.

15. La iniciativa se ha centrado principalmente en las medidas siguientes:

- alentar a los anunciantes y a las agencias a que manifiesten expresamente en sus acuerdos contractuales su disposición a restringir la inclusión de sus anuncios en sitios web que infringen derechos de propiedad intelectual;

- fomentar el empleo de instrumentos, como las listas de empresas que actúan conforme a la legislación vigente, para prevenir la colocación de anuncios en sitios no deseados;
- promover el intercambio de datos sobre los localizadores uniformes de recursos (URL) de sitios que infringen derechos de propiedad intelectual y acerca de las contramedidas utilizadas para sustraerse al bloqueo de páginas web.

16. La iniciativa ya cuenta con el patrocinio del Ministro de Cultura y Patrimonio Nacional y del Ministro de Administración y Digitalización. A comienzos de 2015, la iniciativa también recibió el reconocimiento del Instituto Nacional de las Artes Cinematográficas (PISF, por sus siglas en polaco) y se han concedido fondos para su promoción. Entre abril y julio del año en curso se realizó una campaña de comunicación sobre la iniciativa, que incluyó folletos, una conferencia, una serie de artículos y un vídeo promocional (<https://youtu.be/lp9y7C-i46s>).

17. Esta iniciativa es resultado de la fructífera colaboración entre los titulares de derechos y los actores del sector de la publicidad y, como tal, ofrece soluciones viables para las partes interesadas. IAB Polonia considera que deberían promoverse iniciativas de este tenor en los distintos Estados miembros de la Unión Europea.

18. La experiencia acumulada por IAB Polonia ha puesto de manifiesto que la clave para concebir iniciativas eficaces con las que hacer frente a la colocación involuntaria de anuncios en sitios web infractores es la adopción de un enfoque voluntario, flexible y que logre atraer al mayor número posible de actores pertinentes. El entorno de la publicidad digital evoluciona actualmente con gran rapidez, de manera análoga al de la tecnología. Para permitir que ese sector continúe prosperando e innovando, es fundamental que la flexibilidad y la voluntariedad formen parte de todos los planes concebidos para evitar colocar publicidad en sitios web no deseados. A la innovación en el sector de la publicidad digital contribuyen múltiples actores del sector digital a los que debería brindarse la oportunidad de expresar su opinión y las preocupaciones que puedan tener.

19. Con esta iniciativa se alienta a los firmantes a que adopten medidas adecuadas para evitar la colocación de anuncios en sitios web que infringen derechos de propiedad intelectual. Sin embargo, por encontrarse en una etapa inicial, es necesario contar con más firmantes para aprovechar al máximo las posibilidades que brinda. Por consiguiente, en el futuro se prestará atención principalmente a los anunciantes y a los propietarios de marcas a fin de sensibilizarlos, ya que pueden ser el principal factor determinante de la limitación de la colocación de anuncios en sitios web infractores.

20. Es importante tener presente que, aunque es posible lograr una disminución de la colocación de anuncios en sitios web que infringen derechos de propiedad intelectual, no puede erradicarse por completo. Convendría entender las limitaciones del entorno de la publicidad en línea: cada día circulan miles de millones de anuncios en línea y, especialmente desde la adopción de tecnologías y modelos comerciales como la compra de publicidad en mercados digitales, no siempre resulta sencillo para los actores saber previamente en qué sitios web aparecerán sus anuncios.

[Fin del documento]