

Comité Asesor sobre Observancia

Novena sesión

Ginebra, 3 a 5 de marzo de 2014

MECANISMOS FACULTATIVOS DE LUCHA CONTRA LAS INFRACCIONES EN INTERNET

*Documento preparado por la Sra. Marianne Grant, Vicepresidenta Ejecutiva de la Motion Picture Association of America, Inc. (www.mpa.org)**

A. GENERALIDADES

1. En el programa de trabajo de la novena sesión del Comité Asesor sobre Observancia (ACE) se abordarán las iniciativas preventivas, y las medidas y experiencias positivas que han complementado las medidas de observancia para reducir el mercado de productos pirateados y falsificados. En el presente documento se examinan los mecanismos (también denominados programas) facultativos que se han adoptado, o se ha previsto adoptar, en varios países a los fines de frenar la oferta de material infractor, reducir la demanda de dicho material y sensibilizar todavía más a los consumidores para que adquieran productos legales y protegidos por licencia. A los efectos del presente documento, se entiende por “mecanismo” todo acuerdo o procedimiento que tenga por cometido proteger un derecho de propiedad intelectual, y se considera que ese mecanismo es “facultativo” en la medida en que su existencia no venga impuesta por la ley (si bien pueda estar motivada en una ley). En el documento se analizan varios mecanismos adoptados en sectores específicos en el marco de Internet y de la colaboración entre los sectores público y privado para hacer frente a los actos de piratería y sensibilizar a los consumidores. Entre los estudios de caso citados están estudios sobre programas destinados a sensibilizar al público en general así como a promover una toma de conciencia entre los que contribuyen a las infracciones en Internet y a los encargados del procesamiento de pagos y profesionales de la rama publicitaria así como los propietarios de marcas.

* La opinión expresada en el presente documento pertenece a su autora y no refleja necesariamente la de la Secretaría o la de los Estados miembros de la OMPI.

2. En el documento se explica en primer lugar la creación y la labor que realizan dos mecanismos facultativos, a saber: i) el *Copyright Alert System* (sistema de alerta sobre derechos de autor) y el órgano de supervisión de este último, a saber, el *Center for Copyright Information* (CCI) de los Estados Unidos de América; y ii) *Operation Creative*, del Reino Unido. En el documento se pasa también revista brevemente a varios programas comparables en esos mismos mercados.

a) Estados Unidos de América: *Copyright Alert System* y *Center for Copyright Information*.¹

3. El *US Copyright Alert System* es resultado de un acuerdo derivado de un memorandum de entendimiento entre titulares de derechos (o sus representantes) del sector audiovisual y el sector musical estadounidenses de la industria de contenido (representados por la *Motion Picture Association of America, Inc.* (MPAA), la *Recording Industry Association of America* (RIAA) y entidades miembros de dichas asociaciones que proceden de la parte independiente de dichos sectores, representadas por *Independent Film & Television* (IFTA) y la *American Association of Independent Music* (A2IM)), con los cinco mayores proveedores de servicios de Internet de los Estados Unidos de América (*Comcast, AT&T, Verizon, Time Warner Cable* y *Cablevision*).

4. El acuerdo en el que se basa el programa y el CCI complementa la legislación de los Estados Unidos, a saber, la *Digital Millennium Copyright Act* (DMCA), que en español equivaldría a una ley de derecho de autor para el milenio digital.² El capítulo II de la DMCA vino a complementar con un nuevo artículo (512) la Ley de Derecho de Autor de los Estados Unidos de América en vigor³ creando limitaciones en materia de responsabilidad civil en caso de infracciones del derecho de autor por parte de proveedores de servicios (como los proveedores de servicios de Internet), a condición de que cumplan dos condiciones generales, a saber, i) que “adopten y ejecuten de forma razonable una política encaminada a rescindir, cuando proceda, la cuenta de suscriptores que hayan realizado infracciones en más de una ocasión”; y 2) apliquen y no interfieran en las “medidas técnicas estándar.” (artículo 512.i).⁴

5. A raíz del acuerdo se creó el *Center for Copyright Information* (CCI) con miras a elaborar material educativo y llevar a cabo actividades de supervisión técnica.

6. En virtud del acuerdo:

- Los titulares de derechos envían avisos a los proveedores de servicios de Internet, que los remiten a los suscriptores por medio de hasta seis avisos de alerta sobre derecho de autor. El programa se ocupa de las actividades de intercambio entre pares realizadas por titulares de cuentas residenciales que son clientes de proveedores de servicios de Internet.
- Los primeros avisos de alerta son de índole educativa, y los posteriores exigen un acuse de recibo, y por último, se aplican medidas a los infractores que reinciden en sus actos salvo que el suscriptor impugne dichos avisos mediante un proceso de examen independiente.⁵

¹ <http://www.copyrightinformation.org/>.

² En la dirección <http://www.copyright.gov/legislation/dmca.pdf> figura un resumen de la DMCA, y en la dirección <http://www.copyright.gov/title17/92appb.pdf> pueden consultarse todas las disposiciones de dicha ley.

³ Véase <http://www.copyright.gov/title17/92appa.pdf>.

⁴ Se entiende por “medidas técnicas estándar”, las medidas adoptadas por los titulares de obras protegidas por derecho de autor para identificar o proteger sus obras, concebidas a raíz de un amplio consenso de los titulares de obras protegidas por derecho de autor y proveedores de servicios en el marco de un proceso abierto, justo y voluntario con participación de un gran número de sectores y a las que pueden acogerse todos sobre la base de condiciones razonables y no discriminatorias, sin imponer costos ni cargas considerables para los proveedores de servicios.

⁵ <http://www.copyrightinformation.org/the-copyright-alert-system/what-do-i-do-if-i-think-the-alert-was-wrongly-sent/>.

- Incumbe a cada parte sufragar sus propios costos de funcionamiento, pero se comparten los costos de componentes educativos, el proceso de examen independiente, el del CCI y otros de supervisión/seguimiento.
7. Entre las funciones del CCI están:
- *Difusión con fines de educación:* en materia de legislación de derecho de autor, fuentes de contenido legal y prácticas seguras en Internet.
 - *Prever un mecanismo en relación con el proceso de examen independiente:* contratar a una entidad que se encargue de examinar y pronunciarse sobre toda impugnación de un suscriptor de los avisos recibidos.
 - *Supervisión técnica:* contratar expertos independientes que verifiquen los métodos utilizados para identificar y verificar las infracciones, y determinar los vínculos que existen con las cuentas de suscriptores.
 - *Evaluar la eficacia:* supervisar, evaluar e informar acerca de los progresos realizados en lo que respecta a las actividades en Internet, la actitud de los consumidores y el funcionamiento del programa.
 - *Aumentar la participación:* favorecer la participación de proveedores de servicios de Internet y otros titulares de derechos no participantes en el programa en la labor del CCI y en el programa en su conjunto.
8. El *Copyright Alert System* empezó a funcionar a finales de febrero de 2013 y, ahora que se cumple su primer aniversario, el CCI ha empezado a evaluar los progresos realizados a los fines de publicar un informe.

b) Operation Creative (Reino Unido)

9. *Operation Creative* es una iniciativa emprendida por la policía de la ciudad de Londres (específicamente, la *Police Intellectual Property Crime Unit* (PIPCU), unidad de la policía para delitos de propiedad intelectual), la industria publicitaria del Reino Unido (representada por la *Internet Advertising Bureau UK* (IAB UK), la *Incorporated Society of British Advertisers* (ISBA) y el *Institute of Practitioners in Advertising* (IPA)), así como una serie de titulares de derechos (representados por FACT (*Federation Against Copyright Theft*), BPI (*British Recorded Music Industry*), Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI) y la *Publishers Association*). La PIPCU, cuyas actividades fueron inicialmente financiadas por la Oficina de Propiedad Intelectual del Reino Unido (que forma parte del *Department for Business Innovation and Skills*, que es el Departamento de Empresas, Innovación y Competencia), fue creada para proteger a las empresas del Reino Unido que elaboran productos físicos y contenido en línea y digital legítimos y de calidad.

10. El mecanismo (que se hizo público⁶ y acerca del cual se informó⁷ en diciembre de 2013 tras finalizar un período piloto de tres meses) “está destinado a los encargados de sitios web que ofrecen acceso no autorizado a contenido protegido por derecho de autor” y que obtienen ingresos (a menudo considerables) a partir de la publicidad. Los titulares de derechos afectados informan acerca de los sitios web y suministran pruebas detalladas a la PIPCU. En el comunicado de



Operation Creative
Press Release_Decen

⁶ <http://www.wired.co.uk/news/archive/2013-12/12/pipcu>; <http://musically.com/2013/12/10/city-of-london-polices-operation-creative-targets-ad-sponsored-piracy/>.

prensa⁶ se explica que, una vez que la policía de la ciudad de Londres confirmó que se estaban produciendo actividades ilícitas, se emprendió un proceso oficial de “prevención y disuasión” para incitar a los sitios web que habían cometido infracciones a colaborar para subsanar sus actos y empezar a obrar de forma legal. Los que no accedieron a colaborar en la iniciativa fueron puestos en conocimiento de un grupo de 60 marcas, agencias y empresas de tecnología de publicidad, pidiéndoles que dejaran de hacer publicidad en esos sitios.

11. La PIPCU informó que, tras examinar 61 sitios web durante el período piloto se había llegado a las siguientes conclusiones:

- Durante el período piloto, los anuncios de marcas muy conocidas disminuyeron en un 12%;
- Los anuncios que dirigían a los usuarios a sitios de contenido explícito para adultos o que los exponían a ser objeto de software malignos aumentaron en un 39% durante el programa piloto, prueba de que los propietarios de sitios obran por todos los medios para preservar sus fuentes de ingresos si se suprimen los anuncios de marcas conocidas;
- Casi la mitad (46%) de todos los anuncios de los sitios eran de marcas desconocidas o imposibles de identificar que invitaban a los usuarios a hacer clic y los remitían a menudo a una estafa fraudulenta.

12. En la siguiente fase del programa, se estableció contacto con los encargados de sitios web que reincidían en delitos, mediante cartas oficiales de la PIPCU a registradores de nombres de dominio para explicarles que estaban alojando sitios web que fomentaban las infracciones de derecho de autor en virtud de la legislación del Reino Unido y que era posible que incluso estuvieran violando las condiciones de los sitios propiamente dichos. Posteriormente se invitó a esos registradores a cesar la actividad de esos sitios web hasta nuevo aviso.⁶ Tras el anuncio, dichos sitios permanecieron bajo supervisión por los funcionarios de la PIPCU, y en el comunicado de prensa de esta última⁶ se señaló que los registradores de nombres de dominio habían procedido al cese de actividades de 40 sitios web nacionales e internacionales.

13. *Operation Creative* se ocupa de mantener una lista actualizada de sitios, y todos los titulares de derechos interesados siguen de cerca con interés los progresos que va realizando.

En la sección B, que figura a continuación, se analizan más detenidamente varios aspectos de ambos mecanismos

c) Reino Unido: principios sobre mejores prácticas

14. A mediados de diciembre, y poco después del anuncio de *Operation Creative*, la industria publicitaria del Reino Unido anunció que había llegado a un acuerdo de principios sobre mejores prácticas y firmado acuerdos con interlocutores principales como *Google DoubleClick Ad Exchange*, *Yahoo*, *Fox Networks* y *Microsoft*.⁸

15. El anuncio fue realizado por el *Digital Trading Standards Group* (DTSG), un grupo del Reino Unido integrado por representantes de todo el mercado de la publicidad digital, con inclusión de sindicatos, la *Association of Online Publishers* (AOP), la ISBA, que es la voz de los publicitarios británicos, el *Institute of Practitioners in Advertising* (IPA) así como IAB UK. El objetivo era minimizar los riesgos en la colocación de anuncios⁸.

⁸ <http://www.iabuk.net/about/press/archive/dtsg-launches-uk-good-practice-principles>.

B. ANÁLISIS DE LOS DOS MECANISMOS FACULTATIVOS OBJETO DEL PRESENTE DOCUMENTO

16. Cada uno de los mecanismos facultativos enumerados en el párrafo precedente es analizado en función de los siguientes factores:

- a) **Forma:** ¿cómo puede describirse el mecanismo?
- b) **Participantes:** ¿a qué entidades se destina el mecanismo y de qué manera se seleccionan?
- c) **Derechos:** ¿a qué tipo de derechos se aplica el mecanismo?
- d) **Requisitos que han de cumplirse para solicitar medidas correctivas:** ¿qué debe probar un titular de derechos para obtener reparación en el marco del mecanismo?
- e) **Medidas correctivas:** ¿qué reparación o resultado se contempla en el marco del mecanismo?
- f) **Procedimientos para la adopción de decisiones:** ¿a quién incumbe tomar una decisión y de qué manera se toman decisiones en el marco del mecanismo?
- g) **Apelación:** ¿se prevén en el mecanismo vías de apelación para impugnar una decisión?
- h) **Transparencia:** ¿se publican los resultados de los mecanismos?
- i) **Motivación:** ¿qué factores incitan a optar por el mecanismo?

a) Forma

Ambos mecanismos (el *US Copyright Alert System* y *Operation Creative*, del Reino Unido) se describen en tanto que mecanismos funcionales, en el sentido de que en el resumen se presenta un mecanismo realmente aplicado por los participantes.

b) Participantes

En lo que respecta al *Copyright Alert System*, los titulares de derechos pueden pasar a formar parte del programa al ser miembros de una de las asociaciones del sector que se han mencionado. Además, los representantes de la MPAA y de la RIAA que participaron en la negociación del programa se pusieron en su día en contacto con los proveedores de servicios de Internet para invitarlos a participar de forma voluntaria.

En lo que respecta a *Operation Creative*, los titulares de derechos pueden adherirse al ser miembros de una de las asociaciones del sector que se han mencionado y se envía información a miembros del sector publicitario, invitando a participar a las respectivas asociaciones.

Entre los demás participantes en el programa *Operation Creative* están los registradores de nombres de dominio y otros profesionales relacionados con sitios web en los que se hayan detectado anuncios. Esas entidades y esos profesionales reciben cartas de la PIPCU una vez se determina que el sitio web de que se trate presenta las características necesarias para incluirlo en el programa.

c) Derechos

En la medida en que se trata ante todo de detectar, verificar y notificar a los proveedores de servicios de Internet de casos de infracción de contenido audiovisual y musical protegido por derecho de autor, los derechos a los que se aplica el *Copyright Alert System* guardan principalmente relación con el derecho de autor, concretamente, con la utilización y la puesta a disposición de contenido protegido por derecho de autor.

En lo que respecta a *Operation Creative*, se trata de derechos más amplios, porque

esencialmente, el programa se centra en cómo se presenta en Internet la marca publicitaria y la identidad del producto. Eso puede demostrarse con la presencia de anuncios de marcas tanto registradas como no registradas y otros atributos que permiten la identificación así como el uso de otros activos de P.I., como el derecho de autor, los diseños industriales y las patentes.

Ambos mecanismos garantizan que los derechos de los individuos (como el derecho a la intimidad así como el derecho a pedir que vuelva a examinarse su caso) están protegidos como parte de lo que se autoriza en los acuerdos propiamente dichos y/o en la legislación en la que se basen los acuerdos. Por ejemplo, los titulares de derechos no tienen la posibilidad de acceder a la identidad personal de los suscriptores de proveedores de servicios de Internet sin contar con el debido mandamiento judicial.

d) Requisitos para pedir medidas correctivas

En el caso del *Copyright Alert System*, los titulares de derechos (o sus representantes cualificados) hacen una lista de los activos (a nivel audiovisual, se trata de las versiones completas de películas y programas de televisión y, a nivel musical, se trata de versiones completas de álbumes o temas musicales) a los fines de la supervisión y para elaborar avisos que se envíen a los proveedores de servicios de Internet participantes en los casos en los que se detecten y verifiquen infracciones de los derechos conexos al derecho de autor en las redes entre pares. Debe confirmarse con antelación la propiedad de los activos individuales, presentando con ese fin un certificado de derecho de autor vigente u otra documentación aplicable.

En el caso de *Operation Creative*, los titulares de derechos o sus representantes llevan a cabo un extenso examen del contenido que se pone a disposición en los sitios web para determinar si el sitio debe ser puesto en conocimiento de la PIPCU. El nivel de pruebas que hay que suministrar es elevado y debe ser suficiente a los fines de justificar una acción penal. La PIPCU aplica un riguroso modelo de garantía de calidad en las investigaciones y vela por que todas las alegaciones se fundamenten en pruebas obtenidas por medios legales y en una declaración del titular de los derechos o su representante.

e) Medidas correctivas

En lo que respecta al *Copyright Alert System*, entre las medidas que se pueden adoptar está el envío de avisos a los proveedores de servicios de Internet participantes en el programa y, en función de la situación de la cuenta del suscriptor del proveedor de servicios de Internet que se asocie a la dirección IP, es posible que se envíe un aviso al titular de la cuenta y se aplique una medida correctiva.

En lo que respecta a *Operation Creative*, las medidas a las que pueden acogerse los publicitarios y propietarios de marcas así como los titulares de derechos derivados del contenido puesto a disposición en los sitios web en cuestión, dependen de la evaluación detallada que realice la PIPCU de cada caso y, si procede, su notificación a los registradores de dominios y terceros asociados a dichos sitios web. Se confía en que esa medida se traducirá en una decisión por parte de dichos registradores de proceder a un cese de las actividades de dichos sitios web hasta nuevo aviso. Además, todos tienen interés en que los publicitarios, propietarios de marcas y sus representantes estén más al tanto de los sitios web que no son fiables y menos dispuestos a estar representados en dichos sitios (y por consiguiente, a contribuir que dichos sitios generen ingresos).

f) Procedimientos de decisión

Tanto en lo que respecta al *Copyright Alert System* como a *Operation Creative* es necesaria una labor de preparación e investigación considerable para decidir si merece o no tomarse medidas en

un caso. En ambos programas se vela por documentar los motivos y los resultados de cada caso.

En lo que respecta al *Copyright Alert System*, todo caso de actividad en redes entre pares en relación con activos que figuren en las listas de los titulares de derechos es objeto de análisis detenido para cerciorarse de que el contenido en cuestión es realmente infractor y que ha sido realmente distribuido por la dirección IP en cuestión. Toda verificación que dé lugar a la elaboración de un aviso que se envíe después al proveedor de servicios de Internet participante (así como, en algunos casos, al envío de un aviso a la cuenta de suscriptor de dicho proveedor de servicios de Internet) viene precedida de la presentación de pruebas múltiples, con inclusión de pruebas digitales de lectura corriente y legibles por máquina de la transacción, el intercambio real de datos entre pares y el contenido real compartido. Esas pruebas se resumen en los avisos que se mandan a los proveedores de servicios de Internet y en los avisos que se envían a los suscriptores y pueden ser objeto de inspección por examinadores independientes.

En lo que respecta a *Operation Creative*, los funcionarios de la PIPCU examinan y toman decisiones sobre la base de amplias pruebas relacionadas con los sitios web que suministren los titulares de derechos y también a partir de sus propios recursos de inteligencia. Las pruebas iniciales y resultantes son custodiadas por la PIPCU en tanto que organismo encargado de la observancia de la ley pero el hecho de que el nombre de un sitio web figure en el registro puesto a disposición de las entidades del mercado publicitario significa que la PIPCU está segura de que se han cumplido las normas estipuladas en materia de pruebas.

g) Apelaciones

En ambos mecanismos se prevén recursos para que los individuos afectados puedan solicitar un examen de su caso.

En lo que respecta al *Copyright Alert System*, los suscriptores de proveedores de servicios de Internet que reciben avisos para tomar medidas de mitigación (en la fase final del programa) tienen derecho a pedir que se proceda a un “examen independiente” de esos y otros avisos⁵. De dicho examen se encarga la *American Arbitration Association (AAA)*,⁹ que es una de las instancias principales en el mundo que son expertas en este tipo de servicios de evaluación y examen; el procedimiento se lleva a cabo totalmente al margen del funcionamiento y la influencia del CCI.

Los propietarios y operadores de los sitios web interesados tienen la posibilidad de impugnar las actividades de la PIPCU. Además, tanto la Agencia como los titulares de derechos permanecen alertas acerca de la actividad de los sitios de modo que, cuando las pruebas apunten a que un sitio web ya no tiene por qué quedar incluido en el programa, se proceda inmediatamente a retirarlo.

h) Transparencia

El CCI (mediante su sitio web¹ y declaraciones públicas) y los titulares de derechos que participan en el *Copyright Alert System* suministran información clara sobre el funcionamiento de las redes entre pares y sobre la apertura y la verificación de casos en los que se haya procedido al envío de notificaciones y avisos de alerta. Además en el mecanismo se contemplan “plazos de gracia” entre avisos de alerta, a los fines de que los consumidores tengan el tiempo necesario para, entre otras cosas, examinar la configuración de la red en su casa y cerciorarse de que están a salvo de

⁹

https://www.adr.org/aaa/faces/s/about?_afLoop=621069334666245&_afWindowMode=0&_afWindowId=1aadgpu9fg_1#%40%3F_afWindowId%3D1aadgpu9fg_1%26_afLoop%3D621069334666245%26_afWindowMode%3D0%26_adf.ctrl-state%3D1aadgpu9fg_51.

todo uso no autorizado o imprevisto y para prestar asesoramiento a niños o terceros que tengan autorización para utilizar Internet pero que, a sabiendas o no, estén en contacto y compartan contenidos infractores.

En lo que respecta a *Operation Creative*, dado que su gestión se lleva a cabo por conducto de un organismo de observancia de la ley del Reino Unido, la transparencia de sus actividades difiere en relación con la del *Copyright Alert System*. No obstante, como ya se ha dicho, los propietarios/operadores de sitios web tienen la posibilidad de impugnar las decisiones de la PIPCU y reexaminar el caso.

i) Motivaciones

Varias son las razones por las que se recurre a los mecanismos facultativos objeto del presente documento, entre otras (la más importante) la educación, la protección de los titulares de derechos de activos de propiedad intelectual y la voluntad de que los programas de observancia y protección funcionen de forma práctica y viable desde el punto de vista de los participantes y que estén adaptados a las capacidades e “identidades” corporativas (en lugar de que les sean impuestos exclusivamente por ley o por un tribunal).

En lo que respecta a la educación, los principales “usuarios” del *Copyright Alert System* son los titulares de cuentas de proveedores de servicios de Internet (y quizás otros usuarios de las cuentas) que reciben los avisos de alerta, así como la sociedad en general y los consumidores. No obstante, la finalidad no es difundir un mensaje punitivo, antes bien, explicar qué medidas de mitigación¹⁰ pueden tomarse. El objetivo es, por conducto del CCI propiamente dicho,¹¹ y mediante iniciativas y otras campañas de los titulares de derechos,¹² incitar a los consumidores a utilizar las múltiples fuentes de contenido legal (de todo tipo), y que no sólo se limitan a opciones de descarga) que existen en los Estados Unidos de América. También se presta asesoramiento sobre los riesgos que corren los consumidores a exponerse a softwares malignos y otros problemas con los que se pueden topar en las redes entre pares. El CCI tiene previsto ampliar su mandato educativo el próximo año y una de sus prioridades es suministrar recursos a los que se encargan de la educación en este ámbito.

En lo que respecta a *Operation Creative* y los principios en materia de mejores prácticas y acuerdos del PTSG⁸, los “destinatarios principales” de los mensajes educativos son los miembros de la industria publicitaria a los que se informa acerca de la actividad de sitios web sin escrúpulos y a los que se insta a examinar sus prácticas en materia de anuncios para evitar el contacto con dichos sitios (incluidos los que la PIPCU señale específicamente).

Los titulares de derechos están convencidos de que si se suministra a los consumidores información clara acerca de las infracciones del derecho de autor, y en particular, acerca de la manera en que las entidades e individuos utilizan los mercados y suministran ofertas de productos con la intención de aprovecharse de las actividades ilegales que realizan terceros para obtener ingresos (con frecuencia, considerables), por lo general optarán por actuar de forma legal. Y eso a su vez generará una reducción de las infracciones así como un aumento del consumo de contenido legal.

En ese sentido, una gestión eficaz es fundamental para ambos mecanismos descritos en el

¹⁰ Por ejemplo, el requisito de pasar revista al material educativo que está en las páginas de bienvenida y reducir la velocidad del ancho de banda.

¹¹ <http://www.copyrightinformation.org/a-better-way-to-find-movies-tv-music/>.

¹² Véase, por ejemplo, http://riaa.com/toolsforparents.php?content_selector=legal-music-services;
<http://www.wheretowatch.org/>.

presente documento. Los sistemas deben funcionar a la perfección; debe garantizarse la protección de la intimidad y de los datos personales de los consumidores y las empresas; los mensajes que se envíen deben ser cordiales; el nivel de transparencia debe ser óptimo; y debe ponerse a disposición y darse acceso a recursos de apoyo. Por consiguiente, uno de los requisitos tanto del *Copyright Alert System* como de *Operation Creative* es que la infraestructura y el método de funcionamiento para lograr esos objetivos estén óptimamente concebidos y se apliquen de la mejor manera posible mediante un modelo de colaboración que garantice que se tengan en cuenta el punto de vista y las limitaciones de todos los participantes y que la opinión y los objetivos de los “usuarios finales” sean siempre una prioridad. Hasta la fecha, los programas de los Estados Unidos y del Reino Unido descritos han demostrado que eso puede funcionar eficazmente gracias a sólidos acuerdos facultativos y a una colaboración constante entre los sectores público y privado.

[Fin del documento]