

# Cómo funciona el timo de incumplimiento de copyright en imágenes en webs

¿Has recibido alguna vez un email exigiendo que elimines alguna imagen subida a la página web de tu organización?

A un servidor le ha ocurrido ya en varias ocasiones, y a alguno de nuestros clientes también, al tratarse de un timo muy activo últimamente que está enfocado a administradores de páginas webs, principalmente blogs, medios de comunicación y foros.

Vamos a explicar cómo funciona, y qué debemos saber para no caer en él.

## 1.- El Gancho

Empecemos por el principio.

El objetivo de este tipo de campañas de phishing es siempre la misma: Hacer que los administradores de páginas web paguen o realicen alguna acción que interesa a los cibercriminales argumentando un supuesto incumplimiento de los derechos de copyright de alguna de las imágenes expuestas en la página.

Por supuesto, esto afecta sobre todo más a blogs, foros y medios de comunicación. Es decir, a páginas que generan contenido periódico de forma dinámica, y que por tanto son más susceptibles de haber cogido sin consentimiento alguna imagen.

## 2.- La Premisa

El tema está en que demostrar que en efecto esa imagen o fotografía tiene derechos de autor y que además quienes nos exigen el cumplimiento de ese supuesto copyright es precisamente la supuesta entidad que nos envía la comunicación, es muy pero que muy complicado, por no decir imposible.

La mayoría de creadores de contenido ilustramos nuestros artículos y vídeos con imágenes sacadas o bien de bancos de imágenes, o bien de búsquedas en Internet.

En ambos casos hay herramientas para seleccionar únicamente imágenes que estén libres de derechos de autor y/o con derechos de tipo permisivo. Pero claro, para que salgan así deben haber sido previamente etiquetadas como tal. Es más, la amplia mayoría de contenido en Internet no está correctamente etiquetado, por lo que muy probablemente no podamos saber previamente si hay o no una licencia copyright que protege esa imagen, y menos aún quién es el legítimo dueño de la licencia.

Para colmo, un contenido que no tenía licencia explícita puede ser revendido a terceros más adelante, complicando aún más las cosas.

Así pues, al haber un vacío legal y tácito claro, es donde salen las mafias que generan este tipo de campañas fraudulentas.

## 3.- El Fraude

Con esto en mente, no es raro que si llevas, como es mi caso, años trabajando en Internet, te hayas encontrado en alguna que otra ocasión que una supuesta agencia de protección de copyright se pone en contacto contigo para exigirte que pagues o realices alguna acción específica por supuesto incumplimiento de copyright en alguna obra tuya.

Por aquí dejo un ejemplo que recibimos el año pasado en CyberBrainers, de una agencia real (que existe, aunque no eran ellos quienes nos escribían) exigiéndonos, en este caso a CyberBrainers, que pagáramos cientos de euros por el uso indebido y sin derechos de tres imágenes.

Llegados a este punto, hay que dejar claras dos cosas:

- La primera es que aunque en efecto lo habitual es que te contacten vía email, algunas veces también lo hacen vía correo postal, para aparentar mayor seriedad y compromiso.

- La segunda es que suelen exigir o el pago de varios cientos de euros (cuando no son miles) por el supuesto beneficio económico que hemos obtenido de su uso, como a veces, solventarlo "simplemente" incluyendo un enlace en el mismo artículo o página donde aparece el contenido.

Este último punto es importante, ya que el timo se basa o en cobrar directamente una extorsión, o en generar una suerte de estrategia de linkbuilding hacia sus páginas totalmente gratis para evitar esa supuesta multa.

Es decir, que por si no lo sabes, para que una página aparezca primero en los resultados de búsqueda, empresas como Google o Microsoft (Bing) valoran cientos de elementos que en teoría señalan qué páginas son más interesantes para la búsqueda que el usuario ha hecho. Y entre ellas, una de las más importantes es el número y la calidad de enlaces que hay en otras páginas y que apuntan con esa misma temática o contenido a la página a posicionar en cuestión.

Así pues, conseguir enlaces en páginas como esta o medios de comunicación se vuelve en sí un negocio (nosotros en CyberBrainers y PabloYglesias es uno de los servicios que ofertamos, claro que de forma lícita), ya que gracias a ello es posible acabar mejorando los resultados de búsqueda de páginas que de otra manera ni de lejos estarían tan altas.

Gracias a esos enlaces, consiguen posicionar sus páginas, que son las que usan a posteriori para realizar otras campañas de fraude y extorsión a otros clientes.

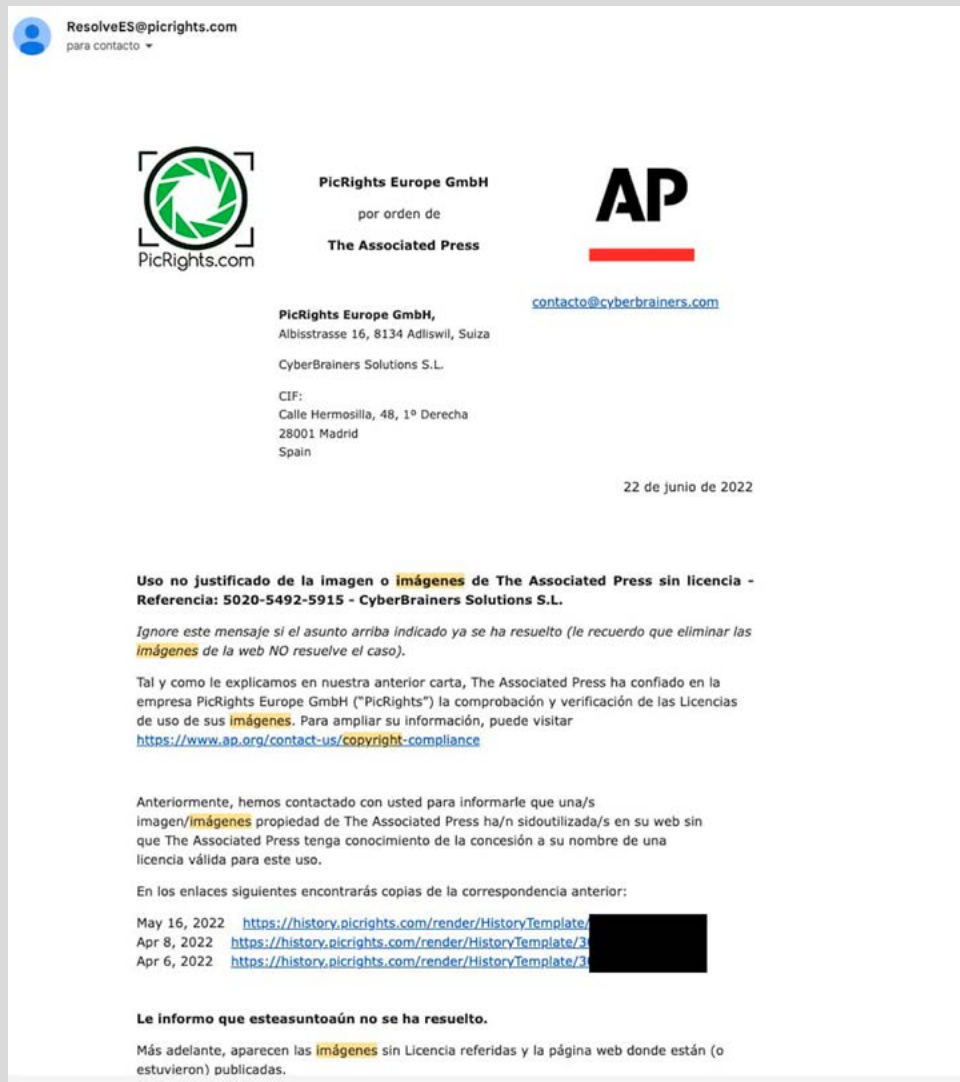
Esas páginas pueden ser simplemente proyectos legítimos de clientes que han contratado servicios de posicionamiento SEO, o directamente páginas gancho de fraudes, que el día de mañana pueden tener virus o ser utilizadas para campañas de phishing.

En el propio email, de hecho, suelen recordar que el que borres ese contenido no hace que no tengas que pagar por haberlo usado. Y se amparan en leyes como la de la sección 512.C de la DMCA... que realmente, y si la leyéramos, ni tan siquiera tiene algo que ver con este tema.


Pero claro, a alguien le llega un email, o peor aún, un correo postal, con esta jerga técnica, y lo más probable es que se asuste, haciendo lo que dicen.


#### 4.- Cómo evitar ser víctima de estos timos

Lo primero que hay que dejar claro es que si tu página no genera ingresos directos por publicidad, el que estés usando un contenido legítimamente protegido por derechos de autor no va a conllevar que tengas que pagar una multa.



ResolveES@picrights.com  
para contacto ▾

 **PicRights Europe GmbH**  
por orden de  
**The Associated Press**



[contacto@cyberbrainers.com](mailto:contacto@cyberbrainers.com)

**PicRights Europe GmbH,**  
Albisstrasse 16, 8134 Adliswil, Suiza  
CyberBrainers Solutions S.L.

CIF:  
Calle Hermosilla, 48, 1º Derecha  
28001 Madrid  
Spain

22 de junio de 2022

**Uso no justificado de la imagen o imágenes de The Associated Press sin licencia - Referencia: 5020-5492-5915 - CyberBrainers Solutions S.L.**

*Ignore este mensaje si el asunto arriba indicado ya se ha resuelto (le recuerdo que eliminar las imágenes de la web NO resuelve el caso).*

Tal y como le explicamos en nuestra anterior carta, The Associated Press ha confiado en la empresa PicRights Europe GmbH ("PicRights") la comprobación y verificación de las Licencias de uso de sus **imágenes**. Para ampliar su información, puede visitar <https://www.ap.org/contact-us/copyright-compliance>

Anteriormente, hemos contactado con usted para informarle que una/s imagen/imágenes propiedad de The Associated Press ha/n sido utilizada/s en su web sin que The Associated Press tenga conocimiento de la concesión a su nombre de una licencia válida para este uso.

En los enlaces siguientes encontrarás copias de la correspondencia anterior:

May 16, 2022 <https://history.picrights.com/render/HistoryTemplate/3>  
Apr 8, 2022 <https://history.picrights.com/render/HistoryTemplate/3>  
Apr 6, 2022 <https://history.picrights.com/render/HistoryTemplate/3>

**Le informo que este asunto aún no se ha resuelto.**

Más adelante, aparecen las **imágenes** sin Licencia referidas y la página web donde están (o estuvieron) publicadas.



A lo sumo, en efecto, lo que pueden obligarte es a borrar dicho contenido. Pero siempre y cuando lo hagas, no pueden pedirte nada más.

Quiero dejar esto claro porque tanto si se trata de un timo, como si en efecto es que has usado fotografías con derechos de autor, siempre tienes opción a eliminarla cuando te lo pidan. Piensa que va a salir muchísimo más caro llevarte a juicio que esos cientos de euros que van a conseguir, más aún si para colmo has cooperado y eliminado el contenido.

De cara a identificar si quien te escribe es la empresa legítima o no, podemos aplicar los tres principios de identificación de correos fraudulentos que ya hemos compartido en más de una ocasión por estos lares:

Dicho esto, no recomendaría bajo ningún concepto enlazar a páginas de terceros para evitar esas supuestas multas. Si de verdad se tratase de un bufete de abogados, con el paso anterior ya solventaríamos el problema. Y claramente no consiguen nada con meter ese enlace... a no ser que su negocio sea otro.

### **Precisamente un negocio fraudulento.**

Para colmo, esos enlaces pueden, como decía, el día de mañana redirigir a otras páginas webs fraudulentas, o directamente desaparecer:

- Esto generaría en el mejor de los casos errores de redireccionamiento 3XX, o errores de contenido no encontrado como el muy habitual error 404, algo que todo webmaster sabe que afecta negativamente al posicionamiento de tu página.

- Pero también puede llevar a enlaces maliciosos, lo que afecta aún más negativamente a la imagen que tienen buscadores como Google o Bing de tu página. Pudiendo llegar al caso de que te marque a ti como página potencialmente maliciosa, con el impacto que tendrá a nivel reputacional y de negocio que tendría (básicamente, serías expulsado de las búsquedas en Internet, perdiendo todo el tráfico que venga de ellas, y que en casos como foros, medios de comunicación y blogs es de lejos el mayor porcentaje de tráfico).

A fin de cuentas, estás enlazando desde tus páginas a webs que ya han sido marcadas como

Autor: Pablo F. Iglesias

Se describe como un apasionado de la tecnología-Consultor de Presencia Digital y Reputación Online, presidente de la Consultora de Reputación Online CyberBrainers, y fundador, co-fundador, vocal y vicepresidente de varias startups y asociaciones relacionadas con el mundo de la ciberseguridad, la transformación digital y el marketing.

Con más de una década escribiendo a diario en [www.pabloyglesias.com](http://www.pabloyglesias.com), es uno de los mayores referentes en materia de nuevas tecnologías y seguridad de la información de habla hispana.

Desarrolla labores pedagógicas (online y presencial) sobre Presencia Digital y Seguridad de la Información, intentando concientizar a la sociedad sobre los riesgos y oportunidades del tercer entorno.

Actualmente asesora a profesionales, PYMES y grandes empresas sobre cómo obtener valor de la información que circula a su alrededor. El punto medio necesario entre marketing, comunicación y seguridad de la información.

