



Sustento del uso justo
de Materiales Protegidos
derechos de autor para
fines educativos



UCI

Universidad para la
Cooperación Internacional

UCI
Sustento del uso justo de materiales protegidos por
derechos de autor para fines educativos

El siguiente material ha sido reproducido, con fines estrictamente didácticos e ilustrativos de los temas en cuestión, se utilizan en el campus virtual de la Universidad para la Cooperación Internacional – UCI – para ser usados exclusivamente para la función docente y el estudio privado de los estudiantes pertenecientes a los programas académicos.

La UCI desea dejar constancia de su estricto respeto a las legislaciones relacionadas con la propiedad intelectual. Todo material digital disponible para un curso y sus estudiantes tiene fines educativos y de investigación. No media en el uso de estos materiales fines de lucro, se entiende como casos especiales para fines educativos a distancia y en lugares donde no atenta contra la normal explotación de la obra y no afecta los intereses legítimos de ningún actor.

La UCI hace un USO JUSTO del material, sustentado en las excepciones a las leyes de derechos de autor establecidas en las siguientes normativas:

a- Legislación costarricense: Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos, No.6683 de 14 de octubre de 1982 - artículo 73, la Ley sobre Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual, No. 8039 – artículo 58, permiten el copiado parcial de obras para la ilustración educativa.

b- Legislación Mexicana; Ley Federal de Derechos de Autor; artículo 147.

c- Legislación de Estados Unidos de América: En referencia al uso justo, menciona: "está consagrado en el artículo 106 de la ley de derecho de autor de los Estados Unidos (U.S, Copyright - Act) y establece un uso libre y gratuito de las obras para fines de crítica, comentarios y noticias, reportajes y docencia (lo que incluye la realización de copias para su uso en clase)."

d- Legislación Canadiense: Ley de derechos de autor C-11– Referidos a Excepciones para Educación a Distancia.

e- OMPI: En el marco de la legislación internacional, según la Organización Mundial de Propiedad Intelectual lo previsto por los tratados internacionales sobre esta materia. El artículo 10(2) del Convenio de Berna, permite a los países miembros establecer limitaciones o excepciones respecto a la posibilidad de utilizar lícitamente las obras literarias o artísticas a título de ilustración de la enseñanza, por medio de publicaciones, emisiones de radio o grabaciones sonoras o visuales.

Además y por indicación de la UCI, los estudiantes del campus virtual tienen el deber de cumplir con lo que establezca la legislación correspondiente en materia de derechos de autor, en su país de residencia.

Finalmente, reiteramos que en UCI no lucramos con las obras de terceros, somos estrictos con respecto al plagio, y no restringimos de ninguna manera el que nuestros estudiantes, académicos e investigadores accedan comercialmente o adquieran los documentos disponibles en el mercado editorial, sea directamente los documentos, o por medio de bases de datos científicas, pagando ellos mismos los costos asociados a dichos accesos.

**Criterio Institucional sobre
“Servicios publicitarios prestados a través de la prensa
en formato escrito y digital”
Dirección General de Tributación
Ministerio de Hacienda**

Resumen ejecutivo: Los servicios publicitarios prestados a través de la prensa, tanto en formato “escrito como digital”, se encuentran gravados con el impuesto general sobre las ventas, según una interpretación evolutiva de lo que dispone el inciso l) del artículo 1) de la Ley del Impuesto General sobre las Ventas, mediante el cual se gravan los servicios publicitarios prestados a través de la radio, la prensa y la televisión.

Normas de referencia: Artículo 1 inciso l) de la Ley de Impuesto General sobre las Ventas, N° 6826; artículo 1° inciso 21) del Reglamento a la Ley del Impuesto sobre las Ventas- Decreto Ejecutivo No. 14082-H y sus reformas; artículo 6 del Código de Normas y Procedimientos Tributarios y artículo 10 del Código Civil.

Criterio Institucional No. DGT-CI-008-12 de 30 de marzo de 2012

1°- Que los artículos 99 y 103 inciso e) de la Ley N° 4755 de 3 de mayo de 1971, Código de Normas y Procedimientos Tributarios, en adelante, Código Tributario, facultan a la Administración Tributaria para verificar el correcto cumplimiento de las obligaciones tributarias, por todos los medios y procedimientos legales, permitiendo la interpretación administrativa de las disposiciones contenidas en dicho cuerpo legal.

2°- Que el artículo 1 de la resolución N° DGT- R-003-2011 de 4 de febrero de 2011, publicada en La Gaceta N° 43 de 2 de marzo de 2011, establece que la Dirección General de Tributación debe publicar los criterios institucionales de mayor relevancia en materia tributaria.

Antecedentes

1.- Actualmente los medios de comunicación, tales como radio, televisión, prensa escrita o digital se encuentran integrados a la vida cotidiana de las personas, ofreciendo y disponiendo de una gran variedad de recursos tecnológicos en favor de la sociedad; es por ello que resulta necesario revisar y establecer un nuevo y amplio concepto de lo que debe entenderse por prensa.

2- El artículo 1°, inciso 21) del Reglamento a la Ley del Impuesto General sobre las Ventas, establece que los “**servicios publicitarios**” son aquellos que se refieren a “...la venta de espacio o de tiempo en estaciones de televisión y publicaciones periódicas, como diarios, revistas, suplementos y otros impresos, efectuada por personas físicas o jurídicas, propietarios o no, intermediarios o agentes de publicidad”.

Para tal efecto, entenderemos como publicidad, el “Conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos. Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc.”^[1]. Por

[1] Por

ello, la publicidad como técnica de información o divulgación dirigida a la colectividad, utiliza diversos medios de comunicación como la televisión, la radio o la prensa.

3.- El inciso l) del artículo 1) de la Ley del Impuesto General sobre la Ventas, grava con el impuesto de ventas los servicios publicitarios prestados a través de la radio, la prensa y la televisión, estando exentos de esta disposición las emisoras de radio y los periódicos rurales.

4- El vocablo “prensa” se define, según el Diccionario de la Real Academia Española, como el *“Conjunto o generalidad de las publicaciones periódicas y especialmente las diarias y al conjunto de personas dedicadas al periodismo”*. Según lo indicado, la prensa al igual que la radio y la televisión, para lograr su cometido de informar, utilizan el formato “escrito o impreso” y modernamente gracias a la movilidad de la información y acceso a redes de telecomunicación, herramientas tecnológicas, dispositivos de comunicación y de interactividad “internet”, en formato *“digital”*.

5.- Según el artículo 6º del Código de Normas y Procedimientos Tributarios, las normas tributarias deben interpretarse con arreglo a todos los métodos admitidos por el Derecho Común y en concordancia con el artículo 10 del Código Civil se enuncia que las normas se interpretarán según el sentido propio de sus palabras, en relación con el contexto, los antecedentes históricos y legislativos y la realidad social del tiempo en que han de ser aplicadas, atendiendo fundamentalmente al espíritu y finalidad de ellas.

Tomando en consideración los hechos expuestos y las normas citadas, la Dirección General de Tributación, divulga el siguiente:

**Criterio Institucional sobre
“Servicios publicitarios prestados a través de la prensa en
formato escrito y digital”**

Los servicios publicitarios prestados a través de la **prensa**, entendida ésta tanto en formato **“escrito como digital”**, se encuentran gravados con el impuesto general sobre las ventas, de conformidad con una interpretación evolutiva de lo que dispone el inciso l) del artículo 1) de la Ley del Impuesto General sobre la Ventas, mediante el cual se gravan los servicios publicitarios prestados a través de la radio, la prensa y la televisión.

**Francisco Villalobos Brenes
Director General de Tributación**

Directora, Tributación Internacional
y Técnica Tributaria

FLB/OBC/