



Universidad Internacional de La Rioja
Facultad de Derecho

Máster Universitario en el Ejercicio de la Abogacía y la Procura

**“Derechos de autor y ventanas de
explotación: perspectiva jurídica de la
industria audiovisual”**

Trabajo fin de estudio presentado por:	Sara Gutiérrez Pérez
Tipo de trabajo:	Trabajo final de Máster
Director/a:	Miguel Ángel Tenas Alos
Fecha:	15/01/2025

Resumen

Este trabajo ofrece un análisis contextual del marco jurídico que regula la creación, producción, distribución y explotación de las obras cinematográficas en España, con especial énfasis en la aplicación del derecho de propiedad intelectual en el sector audiovisual. Para ello, se presenta una cronología que sitúa las distintas ventanas de explotación por las que transitan las obras audiovisuales protegidas por los derechos de autor, desde las clásicas hasta las más actuales, analizando la gestión contractual y jurídica que las sustenta, así como las figuras clave involucradas en la cadena de cesión de derechos. Además, se examina cómo la tecnología, Internet y las nuevas formas de consumo, como las plataformas de streaming, han revolucionado estas nuevas ventanas de explotación. El objetivo principal del trabajo consiste en proporcionar información suficiente para comprender la gestión que existe dentro de las películas actuales, promoviendo un entorno cinematográfico que proteja y respete los derechos de autor.

Palabras clave: Propiedad Intelectual, Derechos de autor, sector audiovisual, sector cinematográfico, derechos de explotación.

Abstract

This paper offers a contextual analysis of the legal framework that regulates the creation, production, distribution and exploitation of cinematographic works in Spain, with particular emphasis on the application of intellectual property law in the audiovisual sector. To this end, a chronology is presented that situates the different exploitation windows through which audiovisual works protected by copyright pass, from the classical to the most recent, analysing the contractual and legal management that underpins them, as well as the key figures involved in the chain of transfer of rights. It also examines how technology, the Internet and new forms of consumption, such as streaming platforms, have revolutionised these new windows of exploitation. The main objective of the work is to provide sufficient information to understand the management that exists within today's films, in order to promote a film environment that protects and respects copyrights.

Keywords: Intellectual property, copyright, audiovisual, cinematography, exploitation rights.

Dedicatorias

A todos los directores, actores y actrices, enmaquetadores, cámaras, técnicos de luces y sonidos, guionistas, editores, figurantes, productores y demás figuras imprescindibles o no del mundo del cine. Vuestra dedicación y profesionalidad permite que algunos de nosotros nunca nos sintamos solos. Gracias por haberme permitido vivir mil vidas, y disfrutar de algo tan bonito como es el mundo del cine.

Agradecimientos

En primer lugar, gracias a mi tutor, Miguel Ángel Tenas, porque me ha ayudado mucho a convertir este trabajo en algo de lo que pudiera sentirme orgullosa. Por su comprensión, empatía y la confianza que ha depositado en mí. Y por recordarme que los trabajos académicos son como las capas de una cebolla: muchas, confusas y probablemente capaces de hacerte llorar.

A mi Guille, mi final alternativo de *La La Land*.

A mis abuelos, las personas más humildes, buenas, honestas y trabajadoras que he conocido nunca. Gracias por ayudarme siempre en este camino y por confiar tanto en mí. Todavía recuerdo todas las películas que me dejabais ver a escondidas.

A Claudia, que ha sido mi Thelma durante estos dos años y que ha hecho de nuestra “guarida” mi hogar.

A mi tío, que comparte esta pasión conmigo y que tanto me ha enseñado sobre el cine. Nora no ha podido tener más suerte con unos padres como vosotros. Ya verás como con ella sí consigues ver películas de terror.

Y, en especial, porque siempre es el motor que me impulsa a todo, a mi madre, quien en 2004 me sentó en una butaca de cine para ver *Buscando a Nemo* y vio cómo, durante 100 minutos, no moví un dedo ni pestañeeé. Gracias por cambiar la trayectoria de mi vida y por enseñarme a soñar.

"He amado al cine como la cosa número uno en mi vida durante tanto tiempo que no puedo recordar un momento en que no lo haya hecho".

(Quentin Tarantino)

Índice de contenidos

1.	Introducción.....	1
1.1.	Justificación del tema elegido	1
1.2.	Perspectiva histórica y avance cinematográfico ante su necesidad de cambio	3
1.3.	Objetivos	6
2.	Régimen jurídico de la obra cinematográfica	7
2.1.	La propiedad intelectual como disciplina jurídica en el sector audiovisual	9
2.1.1.	Conceptos jurídicos básicos.....	10
2.1.2.	Obra audiovisual original.....	13
2.1.3.	Autores de la obra original	17
2.2.	Derechos originados con la creación de la obra cinematográfica	22
2.2.1.	Derecho de comunicación pública	22
2.2.2.	Derecho de transformación.....	23
2.2.3.	Derecho de reproducción.....	24
3.	Ventanas clásicas de explotación: la industria cinematográfica tradicional.....	26
3.1.	El derecho de distribución y papel del productor	27
3.2.	Salas cinematográficas	30
3.3.	Distribución a través de materiales tangibles de la obra	34
3.4.	Emisión en televisión.....	37
4.	Nuevas ventanas de explotación en la era digital: la modernización del consumo audiovisual	43
4.1.	Plataformas de streaming	44
4.2.	Las licencias de uso como sustituto a la cesión de derechos convencional	50
4.3.	Las distintas formas de demanda de contenido en la televisión moderna	53
5.	Conclusiones	57

Referencias bibliográficas	59
Listado de abreviaturas	71
Anexo A. Anexo de Contenidos	72

1. Introducción

En el presente trabajo, se examinarán las diferentes ventanas de explotación en el sector audiovisual, tanto clásicas como modernas, desde una perspectiva jurídica y contractual. Este análisis permitirá al lector comprender cómo las obras protegidas por el derecho de propiedad intelectual español se gestionan a través de diversas formas de distribución cinematográfica. El objetivo es que lo aquí examinado pueda ser aplicado a ejemplos actuales en la industria audiovisual, facilitando la comprensión de la negociación jurídica previa a la producción, y proporcionando una visión clara de los aspectos legales que influyen en la creación y distribución de contenido audiovisual.

1.1. Justificación del tema elegido

Las plataformas audiovisuales y las aplicaciones de pago son, actualmente la forma más popular de consumir contenido audiovisual. A pesar de encontrar grandes defensores de las salas de cine, las copias físicas, e incluso de los ya prácticamente extinguidos videoclubs, son pocos los usuarios que no se encuentran suscritos al menos a una plataforma de contenido audiovisual. Las diferentes expresiones audiovisuales, así como los diferentes contextos históricos, han supuesto la necesidad de un cambio radical en la propuesta cinematográfica. El consumo de medios audiovisuales se ha transformado en una de las formas de entretenimiento más demandadas en nuestros días, influenciado a su vez por Internet, que ha sido un elemento transformador a la hora de interactuar con el entorno (MATEI, 2019 p. 499). Así, las diversas opiniones de los espectadores, junto con la evolución en la creación de obras audiovisuales diseñadas para ser disfrutadas de una u otra forma, han dado lugar a una amplia oferta para el público.

Estas diversas propuestas cinematográficas han generado nuevos desafíos en el ámbito jurídico: la gestión de los derechos de autor, la explotación de creaciones originales, la redacción de contratos de cesión de derechos de propiedad intelectual adaptados al mundo del entretenimiento y la distribución de contenido, el análisis de todos los sujetos implicados en la creación de contenido audiovisual por parte de expertos, así como las adaptaciones

literarias, entre otros. El desconocimiento generalizado sobre la obra audiovisual y sus múltiples vertientes, especialmente dentro del sector jurídico, ha convertido a la propiedad intelectual en una de las disciplinas más vulneradas por los consumidores en la actualidad.

Además de ello, la rápida expansión de las plataformas audiovisuales ha obligado a las diferentes legislaciones a desarrollar leyes o a reformar las ya existentes para adaptarlas a la vorágine de cambios que se producían en sector del entretenimiento. La falta de cohesión entre las diferentes legislaciones en el ámbito internacional provoca que, hoy en día, las productoras puedan verse privadas de algunos derechos en unos países y en otros no, o, que determinadas obras tengan una duración de protección inferior dependiendo de su lugar de explotación.

Por otro lado, la aparición de las plataformas audiovisuales supuso un cambio tan radical y masivo en el panorama del entretenimiento que, afectó a todas las partes de la cadena del sector audiovisual: guionistas, productores, distribuidoras, directores... debido a la competencia que estas generaban. En poco tiempo el streaming desbancó a los canales de televisión, a las salas de cine, y a los canales de pronto pago debido a sus innovaciones, a su accesibilidad y a obtención de los mejores contenidos. En España, la Comisión Nacional de Mercados y la Competencia (en adelante, CNMC) ha manifestado que las plataformas han desbancado rápidamente a las formas de consumo audiovisual tradicionales, y que podrían encontrarse limitando la competencia leal (RODRIGUEZ, 2024).

La falta de conocimiento sobre los procesos jurídicos que tienen lugar en las distintas cadenas de producción audiovisual genera una notable inestabilidad en el sector, evidenciada tanto en los resultados económicos como en la disparidad de regulaciones entre países. Cuestiones como los pactos de distribución entre productoras y salas de cine, la limitada evolución de la legislación española en comparación con otras potencias mundiales como Estados Unidos, o los contratos establecidos entre las distintas partes involucradas en el negocio audiovisual serán abordadas en el desarrollo de este trabajo. Este estudio, concebido como una línea temporal, analizará jurídicamente las diversas ventanas de distribución que conforman el sector audiovisual.

1.2. Perspectiva histórica y avance cinematográfico ante su necesidad de cambio

Desde las críticas de un joven Antonio Machado, quien calificó al cine como un "invento del demonio", hasta la visión de Ettore Scola, que lo describió como un "espejo pintado" por su capacidad de reflejar la realidad, el cine ha sido, desde su creación, un elemento intrínseco en el desarrollo de la sociedad. Ha influido tanto en quienes terminaron por consagrarlo como el séptimo arte como en aquellos que inicialmente lo rechazaron.

BAZIN (2004) define al cine como una destreza que refleja la objetividad fotográfica en el tiempo, manteniéndose siempre dinámico. Como se analizará más adelante, el cine se compone de fragmentos fotográficos capturados a intervalos regulares, lo que le otorga su esencia única, y curiosamente, una protección diferente a la fotografía a pesar de estar conformadas por ellas.

Existen múltiples disertaciones en torno al nacimiento del cine, algunos afirman que nació en 1891, con la creación del quinetoscopio de Thomas Alva Edison, ya que fue la primera vez que el espectador pudo observar proyecciones animadas a través de una lente. Por otro lado, también es concebido como inventor del cine Max Skladanowsky, debido a que en 1892 construyó el llamado *kulberkasten*, una cámara de filmación acompañada del bioscopio, que era un aparato de filmación. Eadweard Muybridge, por su parte, logró reproducir el movimiento de un caballo galopando mediante una secuencia de fotografías, lo que representó un avance en la captación del movimiento¹.

A pesar de todas estas especulaciones, el consenso general atribuye la invención del cine a los hermanos Louis y Auguste Lumière. Los hermanos Lumière dirigían junto a su padre una industria fonográfica en Lyon. En 1895, Louis, después de una noche de insomnio, inventó la "grifa excéntrica", un mecanismo que permitía el arrastre de imágenes fotográficas en secuencia, dando lugar al cinematógrafo, el primer dispositivo capaz de funcionar como cámara y proyector al mismo tiempo. Con la patente de este invento, los hermanos pudieron efectuar las primeras proyecciones públicas en la "*Cinématographe Lumière*", presentado en 1895 la primera emisión de una película "*La salida de los obreros de la fábrica Lumière*", con tan solo 45 segundos de duración (GUBERN, p. 11, 2016).

¹ Ver Imagen 1 Anexo A de Contenidos.

A pesar de la escasa duración de la proyección, las proyecciones audiovisuales fueron todo un éxito en Europa, provocando así la creación de la industria cinematográfica, las profesiones dedicadas a la industria del cine y una de las etapas más artísticas que se han conocido hasta la fecha: el cine mudo, que duraría desde 1910, hasta 1930.

Durante 1915, y como reacción a los eventos que se estaba viviendo en Europa, Estados Unidos experimentó el despertar en el sector audiovisual, marcando el inicio de su mayor auge, comúnmente conocido como la "Época de oro de Hollywood" o la "fiebre del oro". Durante este período surgieron las llamadas *majors*, grandes distribuidoras y productoras que controlaban las salas de cine, la distribución de las películas y mantuvieron el dominio del mercado estadounidense durante décadas. Entre ellas destacan Warner Brothers, Paramount, Universal, y Metro-Goldwyn-Mayer. En 1928, el cine destacaba por dar mayor importancia a la estética visual que al guion o a los intérpretes, siendo estos los años el auge del cine mudo. Este enfoque contrasta con el cine actual: presupuesto invertido en efectos especiales y sonoros, donde las películas de acción son los verdaderos éxitos en *blockbusters*, donde el público ya no aprecia lo que BAZIN (2004, p. 81) describe como "*la exquisita tortura del silencio*".

Más adelante, la supremacía del cine estadounidense comenzó a tambalearse, ya que otros países empezaron a invertir capital en sus propias industrias cinematográficas, rompiendo el monopolio de Hollywood. Como resultado, muchas de las *majors* comenzaron a sufrir pérdidas, y podían adelantar las futuras quiebras y cierres de sus franquicias. Ante esta situación, los hermanos Warner, la distribuidora más afectada en ese momento, pensaron que la innovación podría ser su salvación. De esta sorprendente manera, el miedo dio origen a uno de los eventos más importantes en la historia del cine: el nacimiento del cine sonoro.

En 1907, el ingeniero Lee De Forest había inventado la válvula amplificadora *triado*, solucionando así los niveles de sonido exigidos por las salas de grandes dimensiones. Impulsados por el temor a la bancarrota, los hermanos Warner decidieron invertir todo lo que les quedaba en esta patente y crear en 1926 la producción comercial que cambiaría el rumbo de la historia del cine para siempre: *Don Juan*. Más tarde se atrevieron con otras películas como *The Jazz Singer* u *Orgullo de raza*, consolidando la creación del cine sonoro y el cierre de la etapa de cine mudo (CAPARRÓS, 2013).

Durante la Segunda Guerra Mundial se observaron avances tecnológicos, como la televisión, inventada por John Baird. Fue en los años 40 cuando se produjo el encuentro entre el cine y la televisión, desarrollándose en el espectador una nueva manera de consumir contenido audiovisual, caracterizada principalmente por la desconexión y el descanso, con un menor interés por el arte. Desde el principio, existió colaboración entre ambos medios, ya que el cine encontró en la televisión un nuevo canal para exhibir sus productos. Sin embargo, esto también supuso una pérdida de público para las salas cinematográficas (ZURIBIAUR, 1999).

Cabe mencionar que, debido a la actual oferta de las plataformas de streaming, el mercado audiovisual se ha vuelto mucho más competitivo, afectando directamente a las salas de cine, de forma similar a lo ocurrido en los años 40 con la llegada de la televisión. Los catálogos a la carta que ofrecen estas plataformas brindan una mayor comodidad, y los avances tecnológicos, como las pantallas de plasma y los sistemas de sonido especializados, permiten disfrutar de una experiencia de alta calidad desde casa.

Hoy en día, el cine se ha transformado en un evento centrado en la visualización de *blockbusters*, como *Top Gun: Maverick* o *Avatar 2*, así como de películas que generan una alta expectación entre los fans o el público general. Actualmente, los índices de asistencia al cine son menores que en años anteriores, en 2022, los españoles solo acudieron al cine un promedio 1'24 veces en un cómputo anual, mientras que en 2019 se contabilizó un 2'23 veces (KOCH, 2023)².

Entre los fenómenos que impulsaron a la gente a asistir al cine, destacaríamos el “*Barbenheimer*”: la coincidencia entre la fecha de estreno de *Barbie*, dirigida por Greta Gerwig, y *Oppenheimer*, de Christopher Nolan. Ambas películas se estrenaron el 20 de julio de 2023, y su simultaneidad creó un evento cultural único que provocó una rivalidad entre ambas películas y atrajo a los fanáticos de ambos directores a las dos películas. Este fenómeno logró recaudar 11,5 millones de euros durante el fin de semana del 21 al 23 de julio.

El avance de las tecnologías y nuevas formas de distribución y consumo han dado lugar a nuevas formas de producción, expresión, y creación de audiovisuales. Sin embargo, es

² El Ministerio de Cultura publica la Estadística de Cinematografía 2023 en su página oficial crea un gráfico donde se pueden ver los descensos y ascensos de asistencia al cine por parte de la población española. Disponible en: <https://www.cultura.gob.es/actualidad/2024/05/240516-estadistica-cinematografia.html>. [Consulta en: diciembre 2024]. Ver **Imagen 2** en Anexo A de Contenidos

imposible afirmar con firmeza que este cambio sea positivo. Más bien, este avance tecnológico debería orientarse hacia la cuestión de cuál genera menos daños a la cultura audiovisual.

1.3. Objetivos

El presente trabajo tiene como propósito:

1. El objetivo principal de este trabajo es diseñar un cronograma ilustrativo y una línea temporal que reflejen las etapas fundamentales en la evolución de los derechos de autor y los derechos de explotación en las obras audiovisuales. Esta línea temporal permitirá contextualizar cómo las distintas ventanas de explotación integran y aplican los derechos inherentes a la propiedad intelectual en sus modelos de negocio relacionados con el contenido audiovisual.
2. Se estudiarán los conceptos básicos que la Ley de Propiedad Intelectual establece en relación con la obra audiovisual. Además, se detallarán los derechos que intervienen en la creación de una obra y en su posterior transmisión al público, haciendo énfasis en la cesión de derechos y las licencias necesarias.
3. Enumeración y análisis de las ventanas clásicas de explotación de obras audiovisuales, así como de las legislaciones comunitarias y estatales aplicables en su momento. Igualmente, se identificará las bases y figuras contractuales presentes en las negociaciones jurídicas dentro del sector audiovisual.
4. Análisis de las nuevas ventanas de explotación y su comparación con las ventanas de explotación clásicas, abordando cómo el avance tecnológico ha impactado en el sector audiovisual. Explorar las diferencias entre ambos modelos, como se han transformado los procesos de creación, distribución y consumo de contenido audiovisual, y comprender los cambios en la manera en que se gestionan los derechos de explotación en la actualidad.

2. Régimen jurídico de la obra cinematográfica

Como hemos visto en el apartado anterior, la cinematografía y las disciplinas del arte audiovisual han sido históricamente las grandes olvidadas en el mundo artístico. Esto ha llevado a que los textos normativos y leyes que las regulan sean escasos y, en muchos casos, no estén actualizados a los nuevos tiempos. A continuación, analizaremos las leyes que rigen este ámbito y cómo España ha afrontado la modernización de su normativa. Este proceso, marcado por su cierta demora, ha provocado un retraso significativo en el desarrollo de la industria cinematográfica, situándonos por detrás de otras grandes potencias.

La Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual (en adelante denominada, LGCA), reemplaza a la derogada Ley 7/2010, como respuesta a las exigencias por parte de la Comisión Europea y a su decisión de implementación de la Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo. La aprobación de esta Directiva se basa en la necesidad de garantizar una mejora de las condiciones de competencias en medios como la televisión, y a la actualización de su contenido respecto a servicios nuevos como las plataformas audiovisuales o redes sociales (VIDAL, 2023).

El avance de la normativa europea frente al estancamiento de la legislación española provocó una reacción que culminó en la creación de la LGCA, regulando todos aquellos aspectos que hasta entonces quedaban en un vacío legal. Por un lado, la normativa fortalece la promoción de la obra audiovisual europea de los productores independientes, la integración de diversidad lingüística y cultural a través de la utilización de lenguas comunitarias en el filme, la creación de cuotas de emisión y la obligación de financiar anticipadamente proyectos que cumplen con determinados requisitos o características. El aspecto más importante, y que atañe al presente trabajo, es que se incluye dentro del Título V nuevos sujetos bajo el ámbito de la LGCA, como los influencers y las plataformas que ofrecen servicios de intercambio de videos. Esto implica que la LGCA extiende a las demás ventanas de explotación los mismos principios generales que rigen para la televisión, como la inscripción registral, la protección de usuarios y menores, la clasificación por edades y la posibilidad de imponer sanciones (GUICHOT, 2023).

A pesar de las necesidades de regulación que sufría la industria cinematográfica tras el período de transición y las nuevas directrices europeas, la Ley 55/2007, del Cine fue planteada en un

tardío año 2007 (en adelante, LC). En un primer momento, la LC solo establecía un aumento en el fondo de ayudas, criterios para las obras audiovisuales de productoras independientes y la exigencia de un porcentaje para la exhibición europea, contabilizando la cuota de pantalla por sesiones. Sin embargo, no fue hasta el Anteproyecto de Ley del Cine y la Cultura Audiovisual del 15 de febrero de 2022 cuando se comenzaron a abordar los cambios más trascendentales en el ámbito del entretenimiento, como la regulación de las plataformas de streaming, que hasta entonces no habían sido contempladas. Este Anteproyecto permaneció paralizado hasta el pasado martes 11 de junio de 2024, cuando el Gobierno retomó el texto para revisar aspectos reestructurados a nivel europeo, como las cuotas de pantalla o los nuevos agentes cinematográficos, con el objetivo de su aprobación y posible entrada en vigor a finales de 2024. (LARDIEZ, A. 2024).

Otras legislaciones aplicables que adquieren especial relevancia en el ámbito obra audiovisual son el Real Decreto-Ley 5/2022 de 22 de marzo, por el que se adapta el régimen de la relación laboral de las personas dedicadas a las actividades artísticas, técnicas y auxiliares. KLIMT (2022) define esta nueva reforma como “algo tímida”, debido a que no supone ninguna nueva creación respecto al Real Decreto 1435/1985, de 1 de agosto, comúnmente denominado “Estatuto del artista” (en adelante, EA). En esta nueva versión del EA, se amplía el ámbito de aplicación de los artistas más allá de los espectáculos públicos, lo que garantiza que, cuando se cedan derechos de reproducción de sus actuaciones para su emisión en plataformas audiovisuales, todos ellos reciban una remuneración por ello. Además, se refuerza la protección en relación con los derechos de imagen, dado que es muy común que productoras y plataformas utilicen las imágenes de los autores para crear merchandising. Además de proteger a los artistas, esta normativa también extiende esa protección a los trabajadores del equipo técnico y auxiliar.

Cabe mencionar la existencia de numerosos convenios colectivos dentro del ámbito audiovisual y de entretenimiento, que sirve su vez como garantía a las relaciones contractuales establecidas entre los sujetos implicados y las productoras, distribuidoras... todas ellas basándose en las normas del sector, pero otorgando una mayor protección a la parte menos favorecida en cada caso, por ejemplo, a la hora de establecer salarios. Entre ellos nos encontramos el Convenio colectivo regulador de las relaciones laborales entre los Productores y los Figurantes, el Convenio Colectivo de Distribuidores Cinematográficos...

Y, por último, pero jugando un papel fundamental dentro de la regulación audiovisual del ámbito estatal, nos encontraríamos con la Ley de Propiedad Intelectual, la cual definiremos a continuación.

2.1. La propiedad intelectual como disciplina jurídica en el sector audiovisual

La primera manifestación de protección sobre propiedad intelectual en España data de 1823, con la aprobación de la Ley de Calatrava, que solo protegía la propiedad literaria en ese momento. Sin embargo, las leyes que se pueden considerar como hitos en el desarrollo de la propiedad intelectual hasta la actualidad son la Ley de Propiedad Intelectual de 1847, la de 1879, la de 1987 y el actual Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril. Entre las leyes de 1879 y 1987, subsistieron numerosas normas de carácter sectorial, como las relacionadas con las obras fonográficas, la creación de la SGAE y la Ley del Libro. En cuanto a la Ley de Propiedad Intelectual de 1987 y la de 1996, se pueden señalar algunas diferencias importantes: por ejemplo, la Reforma del 7 de julio de 1992, los derechos de participación y de copia privada, así como reformas posteriores que surgieron como consecuencia de las exigencias de la Unión Europea para adaptar sus directivas, como los conocidos ADPIC.

Según la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (en adelante, OMPI) la propiedad intelectual se *“relaciona con las creaciones de la mente, como las invenciones, las obras literarias y artísticas, y los símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio”*. En este trabajo, nos centraremos en la protección que ofrece a los derechos de autor, que son los derechos que nacen para el autor con la creación de obras artísticas, entre las que se encuentran las obras audiovisuales³.

³ BERCOVITZ (2019) compara a la propiedad intelectual con la propiedad material de los bienes, y sostiene que “la inmaterialidad de la obra no es un obstáculo para poder afirmar lo mismo que otro propietario” (p.22). En palabras de quien suscribe, si bien puede resultar compleja la interpretación de los derechos de autor, esta dificultad puede ejemplificarse fácilmente mediante la analogía con el propietario de un coche. Ambos, tanto el titular de un bien material como el creador de una obra protegida deben tener la posibilidad de ejercer sus derechos sobre aquello que les pertenece: en el caso del propietario, sobre su vehículo, y en el caso del autor, sobre su creación, que está amparada por el marco de protección jurídica de los derechos de autor.

La Ley de Propiedad de Intelectual Española (en adelante, LPI) regula la obra audiovisual en su Título VI del Libro Primero, del artículo 86 al artículo 93 de esta misma ley. Haremos continuamente referencia al contenido de los artículos que se encuentra regulados bajo este título.

2.1.1. Conceptos jurídicos básicos

En primer lugar, antes de proceder al análisis de la materia, es necesario definir una serie de conceptos que son fundamentales a la hora de comprender el funcionamiento del derecho de propiedad intelectual y la explotación de las obras en el ámbito audiovisual. El artículo 86 de la LPI define a las obras cinematográficas y a las demás obras audiovisuales como creaciones expresadas a través de una serie de imágenes asociadas de apartados de proyección o por cualquier otro medio de comunicación pública, además de que no se exige ningún tipo de soporte material determinado para la constitución de obra cinematográfica o audiovisual. De esta definición, podemos concluir que las obras cinematográficas son un tipo de obra audiovisual, y que la obra audiovisual (entendiéndose como un género más amplio en sí mismo) no tiene por qué ser obra cinematográfica, así lo vemos expresado por la propia *Motion Picture Association*: *“las obras audiovisuales incluyen a obras cinematográficas y a todas las obras que se expresan por medios comparables a la cinematografía, independientemente del medio de fijación inicial o posterior”* (CABALLENAS, 2014, p. 243).

Sin embargo, no queda del todo clara la diferencia entre obra cinematográfica y audiovisual, ni por qué el texto legislativo hace una distinción entre ambas sin ofrecer definiciones separadas. Para aclarar esto, debemos remitirnos a la Ley del Cine.

El artículo 4 de la LC define ambos conceptos y ayuda a entender cuáles pueden ser las diferencias entre obra cinematográfica y obra audiovisual. La película cinematográfica se describe en el apartado a) como la obra audiovisual *“fijada en cualquier medio o soporte, en cuya elaboración quede definida la labor de creación, producción, montaje y posproducción y que esté destinada, en primer término, a su explotación comercial en salas de cine (...)”*, mientras que las otras obras audiovisuales se definen como aquellas que, a diferencia de las cinematográficas, no están destinadas a ser proyectadas en salas de cine, sino que se distribuyen a través de otros medios de comunicación.

A pesar de esta afirmación por parte de la LC, no respalda lo que sostiene nuestra LPI, que establece que tanto las obras audiovisuales como las cinematográficas deben ser mostradas a través de aparatos de proyección u otros medios de comunicación pública, independientemente del soporte material utilizado. Como hemos citado en el apartado anterior, la LC exige que solamente las obras cinematográficas sean las transmitidas en salas de cine.

Esta falta de entendimiento entre la LC y la LPI puede derivar de la idea de que las obras cinematográficas deben estar fijadas en una sala de cine, siendo la fijación la primera manifestación de una obra a través de un soporte tangible o intangible, tal como lo señala el artículo 10 de la LPI. Según esta norma, la fijación es el primer paso para que la obra pueda ser percibida por el público y, a partir de ahí, generar los derechos de explotación. El Acta de Estocolmo (1967)⁴ respalda la idea de la LC y establece que la protección de una obra audiovisual surge desde el momento en que es expresada y perceptible para los sentidos, sin requerir que dicha fijación ocurra en una sala de cine (GUTIÉRREZ, 2020, p. 171).

Surgen dudas sobre si, en el caso de las obras cinematográficas, el hecho de que las salas de cine sean su soporte de fijación implica una vinculación obligatoria a este tipo de soporte material. En términos generales, esto no debería interpretarse así, ya que la mencionado Acta de Estocolmo de 1967 establece que las obras cinematográficas se asimilan a aquellas expresadas mediante procedimientos análogos a la cinematografía, como las obras televisivas, que no dependen de las salas de cine como medio de expresión o fijación.

En definitiva, podemos concluir que lo regulado en la normativa respecto a la terminología carece de cohesión. Parece más adecuada la opinión que suscribe la LC, ya que comúnmente se entiende a la obra cinematográfica como la obra exhibida en las salas de cine o en festivales dedicados al cine.

⁴ El Acta de Estocolmo fue la primera ratificación del Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (en adelante, OMPI), firmada el 14 de julio de 1967 y posteriormente enmendada el 28 de septiembre de 1979. [Consulta en: noviembre de 2024]. El texto completo se encuentra disponible en: <https://www.wipo.int/publications/es/details.jsp?id=303>

Por ello, parece necesario destacar la diferencia artística que se percibe entre una película destinada a ser distribuida en cines y presentada a premios, y aquella producida para su emisión en televisión o plataformas audiovisuales.

La diferencia mencionada se fundamenta en la altura creativa y en la impronta del autor. La altura creativa se entiende como la originalidad subjetiva (más tarde será definida) que un artista aporta durante el proceso de creación, el cual requiere un mínimo esfuerzo creativo para dar lugar a una obra. Este proceso no necesariamente debe ajustarse a un estándar de belleza o implica un esfuerzo creativo extraordinario. En la actualidad, ni la belleza ni la altura creativa son requisitos indispensables para considerar una creación como una obra intelectual protegible.

Un ejemplo de esta evolución lo encontramos en sentencias como el asunto C-05/08 llevado por el TJUE, más comúnmente conocido como el caso Infopaq⁵, el cual otorgó carácter original a 11 palabras, sin exigencia de ningún tipo de esfuerzo o creatividad mediante, si no que se basó en el carácter subjetivo que supone la elección por parte del autor y la invención propia de este.

En el ámbito audiovisual, es común priorizar la creación de productos enfocados en el entretenimiento y dirigidos a una amplia audiencia, por encima de obras experimentales o con un enfoque estético más elaborado. Sin embargo, resulta inadecuado categorizar el cine creativo y visualmente cuidado como el único cine "auténtico". Desde la perspectiva adoptada en este análisis, ambas vertientes tienen el mismo valor artístico y cumplen una función equivalente: generar emociones en el espectador. Por este motivo, en este trabajo se usará indistintamente el término "obra audiovisual" y "obra cinematográfica" para referirse a estas creaciones.

⁵ Sentencia de 16 de julio de 2009, Infopaq International, C-5/08, EU:C:2009:465.

2.1.2. Obra audiovisual original

El artículo 10 de la LPI contempla qué obras pueden ser sujeto de protección intelectual, ofreciendo una enumeración extensa pero no restrictiva, de las creaciones que pueden ser protegidas por los derechos de autor. El artículo se recoge de la siguiente forma:

"Artículo 10. Obras y títulos originales.

1. Son objeto de propiedad intelectual todas las creaciones originales literarias, artísticas o científicas expresadas por cualquier medio o soporte, tangible o intangible, actualmente conocido o que se invente en el futuro, comprendiéndose entre ellas: (...)

d) Las obras cinematográficas y cualesquiera otras obras audiovisuales"

Sin embargo, es importante señalar que, aunque la LPI no establece requisitos específicos para excluir ciertas creaciones de la protección de los derechos de autor, la doctrina y la jurisprudencia sí han desarrollado una serie de criterios que permiten diferenciar entre una obra susceptible de protección y una simple creación. Una de las exigencias principales, es que esta obra debe ser realizada por un ser humano, tal y como establece el artículo 5 de la LPI:

"Artículo 5. Autores y otros beneficiarios.

1. Se considera autor a la persona natural que crea alguna obra literaria, artística o científica".

No se tendrán en consideración aquellas obras que hayan sido creadas por animales, o por máquinas, debido a que se considera que no tienen la determinación y elección (BERCOVITZ, p. 55) que puede llegar a tener un ser humano. De igual manera, en el supuesto de realizarlas, se considera que ha sido debido a la influencia del ser humano en ellas⁶. Debe efectuarse un apunte en torno a la exigencia de persona natural como autor, ya que cabe la posibilidad de que se impute la autoría a una persona jurídica en los supuestos de obra colectiva⁷.

⁶ El supuesto de un mono en Indonesia que se hizo un selfie en 2011 ha sido muy comentado. Fue el propio mono quien quitó la cámara al fotógrafo David Slater, y pulsó el botón para realizar la fotografía. Esto supone una elección por el propio mono, sin embargo, desconocía cuál era el fin del botón, lo que implica un desconocimiento de la creación de la fotografía, motivo el cual se alegó para no conceder condición de autor al mono. Ver **Imagen 3 Anexo A de Contenidos**.

⁷ Artículo 8 LPI: *"Se considera obra colectiva la creada por la iniciativa y bajo la coordinación de una persona natural o jurídica que la edita y divulga bajo su nombre y está constituida por la reunión de aportaciones de diferentes autores cuya contribución personal se funde en una creación única y autónoma, para la cual haya sido*

Tampoco cabrá protección sobre las ideas, ya que se necesita la exteriorización de estas para poder ser percibidas y para no crear un monopolio sobre todo lo que puede ser imaginable. El fundamento base para no regular la protección de las ideas es que, en caso de que fueran protegidas, no existirían más obras por crear, ya que todas se configurarían como plagio de otra. Este acuerdo en la doctrina y los diferentes ordenamientos jurídicos deviene de la interpretación del artículo 1 del Convenio de Berna (CB): *“Los términos «obras literarias y artísticas» comprenden todas las producciones en el campo literario, científico y artístico, cualquiera que sea el modo o forma de expresión tales como...”*.

El Convenio de Berna, firmado en 1886, se considera la primera iniciativa internacional para la protección de la propiedad intelectual. Fue resultado de negociaciones entre Europa y América, con revisiones sucesivas en Berlín (1908), Roma (1928), Bruselas (1948), Estocolmo (1967) y, finalmente, en París (1971). Este tratado estableció que los países miembros de la Unión de Berna, es decir, aquellos que habían ratificado el Convenio, podían garantizar la protección de las obras en cualquier otro país que también lo hubiera suscrito. Fue enmendado finalmente en 1979. Este marco normativo sentó las bases para la protección uniforme de los derechos de autor a nivel internacional. Actualmente el Convenio de Berna ha sido firmado por 181 países⁸.

Así mismo, la ratificación del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), en su artículo 9.2, sí matiza que la protección de derechos de autor abarca expresiones, pero no ideas.

concebida sin que sea posible atribuir separadamente a cualquiera de ellos un derecho sobre el conjunto de la obra realizada”.

⁸ En el ámbito audiovisual, cabe destacar que el Convenio de Berna logró unificar las distintas normativas internacionales, promoviendo la cohesión en la protección global de la propiedad intelectual. Sin embargo, Estados Unidos tardó en adherirse debido a que este sistema no se ajustaba al modelo industrializado del copyright estadounidense. En este modelo, se considera al productor cinematográfico como el autor de las obras audiovisuales. La lista completa de países puede ser consultada aquí: <https://www.wipo.int/export/sites/www/treaties/en/docs/pdf/berne.pdf>

Además de estas exigencias naturales, la doctrina⁹ recoge que para que una creación obtenga protección deberá ser una obra original expresada en soporte¹⁰. Puede ser expresada tanto en soporte tangible como intangible, y pueden llegar a contemplarse como soportes los métodos conocidos y por conocer, sin una exigencia de duración determinada en el tiempo. Es decir, debe ser expresada hacia una mayoría de personas de la misma forma, excluyendo las interpretaciones subjetivas por cada individuo. La Sentencia del Tribunal de Justicia de 13 de noviembre de 2018, asunto C-310/17, más comúnmente conocida como “Levola Hengelo” planteó la posibilidad de que el sabor de un queso pudiera ser considerado como obra según la Directiva 2001/29. Según el Tribunal, la identificación del sabor del queso estaría basado en gustos, experiencias, sensaciones subjetivas de la persona que en ese momento está consumiendo el alimento. Podría existir originalidad en la creación del queso a través de la combinación de elementos, cocciones, pero nunca se podría establecer la percepción del sabor de un queso como una expresión objetiva. Es por ello, que los videos caseros de una familia no podrían considerarse obra audiovisual, por no poseer una originalidad objetiva, a pesar de producir en nosotros una sensación de añoranza y ternura.

Sin embargo, estos requisitos deben de ser matizados e interpretados según la doctrina creada.

El requisito originalidad es definido como el elemento principal en las creaciones susceptibles de protección, sin atender a la altura estética o a la belleza que esta puede sugerir. Para que una obra sea original, no debe de ser una copia de una anterior, sino que debe de tener la suficiente singularidad para ser definida como propia, y que disponga de una creatividad suficiente STJU de 1 de diciembre de 2011, asunto C-145/10¹¹. Esta originalidad no requerirá

⁹ MAYORGA (2010) analiza en su obra *“El Arte Efímero Como Objeto de La Propiedad Intelectual”*, que no es necesario que la obra cuente con un soporte duradero, persistente o incluso tangible; basta con que pueda ser percibida por el espectador a través de dicho soporte. Esto otorga al autor una gran libertad en cuanto a la forma de fijación de su creación.

¹⁰ De igual manera subscribe esta idea de exigencia de un soporte material el derecho anglosajón y del *Common Law* en la Sección 102 del Copyright Act estadounidense: *“Copyright protection subsists, in accordance with this title, in original works of authorship fixed in any tangible medium of expression, now known or later developed, from which they can be perceived, reproduced, or otherwise communicated, either directly or with the aid of a machine or device.”*- Copyrights § 102. Subject matter of copyright

¹¹ STJUE de 1 de diciembre de 2011, Painer, C-145/10, EU:C:2011:798.

la característica de novedad y avance técnico como en el derecho de propiedad industrial (la novedad exigida en diseños o patentes).

La doctrina ha desarrollado dos vertientes en su definición: podrá tratarse o bien de una originalidad subjetiva o de una originalidad objetiva. La originalidad objetiva atiende a una relevancia mínima y a una diferenciación del resto de creaciones, es decir, el concepto más aproximado a la novedad. Por otra parte, la originalidad subjetiva se centra en la expresión de la obra con la propia impronta del autor (GARCÍA, p. 251-257, 2016). La originalidad subjetiva también se identificará con la capacidad de desarrollar la personalidad artística y que sus creaciones puedan diferenciarse unas de otras para que todas ellas obtengan protección, es el tipo de originalidad más valorada por la jurisprudencia. Esta idea la podemos ver interpretada en resoluciones como la Sentencia 7962/1992, de 26 de octubre de 1992 del Tribunal Supremo, donde se estimó que las obras cumplirían el requisito de originalidad subjetiva cuando "reflejarán la personalidad del autor, diferenciándose de las simples reproducciones" o se viera el esfuerzo creativo de ellas¹², o la sentencia STJUE del 11 de junio de 2020, conocida como BROMPTON, C-833/18, que favorece la interpretación de la originalidad subjetiva sobre la objetiva, al otorgar protección a una bicicleta que no cumplía con un resultado técnico, pero que, sí contaba con la expresión de la capacidad creativa del autor, donde adoptó decisiones creativas propias para la diferenciación de su creación del resto.

En definitiva, las exigencias para considerar una grabación audiovisual como una obra audiovisual o cinematográfica no son pocas, y eso permite delimitar un poco el abanico de obras protegibles para potenciar que se sigan creando obras y no haya monopolización del mercado audiovisual con todo tipo de materiales audiovisuales.

¹² STS 7962/1992, de 26 de octubre de 1992, donde se debatía si unas joyas constituían una creación intelectual protegida por la LPI. Es en el fundamento número tres donde el tribunal estudia la originalidad de las joyas, tanto desde el punto de vista objetivo teniéndose en cuenta la novedad, y el subjetivo, el cual era el foco de la sentencia, ya que permitía alegar a las partes el estilo propio de la creadora para que fueran diferenciadas del resto de reproducciones que se le asemejaban. Finalmente, su resolución estimo que las piezas de joyería y bisutería sí podían constituirse como obras.

2.1.3. Autores de la obra original

Los autores en la obra audiovisual representan uno de los aspectos más peculiares al caracterizar esta obra original. Esto se debe a que, a pesar de todo lo mencionado previamente, y siguiendo las palabras de (CABALLENAS, 2014, pág. 262), “el valor creativo de la obra puede originarse en otras personas diferentes a los autores reconocidos por la ley”. Por ello, y en relación con lo que mencionábamos sobre el reconocimiento de la originalidad de una obra para su protección, podemos observar cómo, en realidad, dentro del sector audiovisual y cinematográfico, el concepto de originalidad tiende a percibirse más en relación con la obra en sí misma que con el autor y el proceso creativo del individuo.

El número de autores que compone la obra audiovisual se encuentra regulado bajo el artículo 87 de la LPI:

“Artículo 87. Autores

Son autores de la obra audiovisual en los términos previstos en el artículo 7 de esta Ley:

- 1. El director-realizador:*
- 2. Los autores del argumento, la adaptación y los del guion o los diálogos.*
- 3. Los autores de las composiciones musicales, con o sin letra, creadas especialmente para esta obra.”*

Los porcentajes de reparto de autoría en la obra audiovisual serán los establecidos dentro del contrato de coproducción de la obra. Sin embargo, en caso no llegar a un acuerdo entre las partes se establecerá aquel acordado de forma unánime por la industria¹³:

- 25 % corresponde a la dirección
- 50 % corresponde a la parte literaria (25 % al argumento y 25 % al guion)
- 25 % corresponde a la parte musical

Sin embargo, la LC en su exposición de motivos recoge una serie de definiciones de quién es el personal creativo de una película y a quienes considera autores de la obra audiovisual. Esto

¹³ Estos porcentajes se encuentran recogido en el Reglamento de la Sociedad General de Autores y Editores (en adelante, SGAE) en artículo 142.2 de la Sección III. Se regulan tanto las obras audiovisuales anteriores a la entrada en vigor de la actual LPI, así como las diferentes regulaciones de obras audiovisuales como películas cinematográficas, cortometrajes, telefilmes...

se encuentra recogido en el artículo 5.1.a): *“Que el elenco de autores de las obras cinematográficas y audiovisuales, entendiendo por tales el director, el guionista, el director de fotografía y el compositor de la música (..)”*.

Así se puede extraer que la LC incluye al director de fotografía como autor de la obra audiovisual. Los directores de fotografía son los responsables de las imágenes en movimiento, aportando el componente visual fundamental de la obra y otorgando matices tanto al contenido como al subtexto. No existe una razón justificada para su exclusión como autores en la LPI. Se presume que, al estar subordinados a las indicaciones del director-realizador, su trabajo queda integrado dentro de la labor de este último, pasando por alto la impronta original y creativa que aportan los directores de fotografía (SERRANO, 2008, p. 65).

Es curioso cómo, a pesar de que la obra audiovisual está compuesta principalmente por fotografías en movimiento, el director de fotografía no sea reconocido como el director de la obra. Esto resulta paradójico, ya que su contribución es fundamental para la composición visual y narrativa que caracteriza a la obra audiovisual. Mientras que su trabajo define en gran medida la estética y el impacto visual, la LPI tiende a limitar el reconocimiento autoral al director general o realizador.

El artículo 87 de la LPI establece que la obra audiovisual se califica como una obra en colaboración, es decir, una creación original de carácter unitario que resulta de las contribuciones creativas de varios autores. En este contexto, se trata de una coautoría que se fundamenta en la voluntad de los autores de participar conjuntamente en la creación y de consentir la divulgación de la obra (BERCOVITZ, 2019, pg. 27). Para comprender el concepto de obra en colaboración, es necesario señalar que las aportaciones pueden ser indistinguibles entre sí, conformando un conjunto homogéneo que no permite considerar la obra como una simple superposición de piezas independientes. Asimismo, las contribuciones pueden ser distinguibles pero inseparables, de manera que conformen la unidad de la obra, como sucede, por ejemplo, en un cómic, donde el autor del argumento y el dibujante realizan aportaciones diferentes pero interdependientes.

La Sentencia del Tribunal Supremo de 26 de abril de 2017¹⁴ analiza la obra arquitectónica como obra en colaboración, al igual que las obras audiovisuales. En ambos casos, las aportaciones individuales deben ser reconocibles y esenciales para la obra total, sean estas distinguibles o indistinguibles. En este caso, el tribunal determinó que la aportación de uno de los colaboradores no era suficientemente original ni se integraba lo suficiente en la obra de forma unitaria para ser parte esencial del edificio, al igual que ocurre en el ámbito audiovisual cuando una contribución no alcanza esa distinción.

Esta coautoría en las obras audiovisuales también provoca que el computo de duración de la protección de la creación se calcule de manera diferente. El ordenamiento jurídico español establece en el artículo 26 LPI que *los derechos de explotación de la obra durarán toda la vida del autor y setenta años después de su muerte o declaración de fallecimiento*. Este computo de años es aplicable a todo tipo de obras, excepto a algunos casos excepcionales como las fotografías, o las fijaciones de actuaciones. De esta manera, en un libro escrito por un solo autor, entendemos que su duración será 70 años tras la muerte de este, sin embargo, en la obra audiovisual, el inicio del cómputo de 70 años hasta que se alcance el dominio público¹⁵ comenzará a contar tras la muerte del último de los autores.

No solo se reparten entre los autores los derechos de explotación o remuneración, sino que también se les atribuyen los derechos morales recogidos en el artículo 14 de la LPI, cuyo contenido son las características de los derechos morales que poseen.

Podemos observar ejemplos de manifestación de ejercicio de estos derechos, en casos como el de la película “Jungla de Asfalto”. Durante los años 80, la CNN compró el catálogo de la Metro Golden Mayer, entre ellos el clásico Jungla de Asfalto, y la decisión final de la productora fue colorear la película, originalmente rodada en blanco y negro y distribuirla. Finalmente, fue vendida a una cadena francesa para su emisión televisiva. Sin embargo, el director de la obra, John Huston, en ese momento ya fallecido, se había opuesto al coloreado, lo que llevó a sus herederos a presentar una demanda contra la cadena francesa, solicitando medidas cautelares para detener la explotación y difusión de la película.

¹⁴ Sentencia del Tribunal Supremo, Sala de lo Civil, de 26 de abril de 2017, núm. 253/2017.

¹⁵ El dominio público es aquel estado en el que se encuentra la obra sobre el cual puede ser reproducida, distribuida, comunicada pública o explotada de otras formas sin necesidad de ser autorizado por el autor ni por los herederos (ROGEL, p. 169).

En primera instancia, los tribunales franceses reconocieron el derecho moral del director y ordenaron la suspensión de la emisión con carácter preventivo. No obstante, en la *Cour d'Appel*, se falló que no había una infracción directa del derecho moral, ya que se informaba a los espectadores de la oposición del director al proceso de coloreado antes de la emisión, además de alegar que en teoría la obra no había sido alterada ni destruida más que por esta variación. Finalmente, la *Cour de Cassation*¹⁶ revocó la sentencia de apelación, dando la razón a los herederos y ordenando la paralización definitiva de la explotación de la película coloreada (CASTELLOTE, 2013).

Así, fue vulnerado el artículo 14.1 LPI: “1.º Decidir si su obra ha de ser divulgada y en qué forma”.

Por otro lado, pueden analizarse las complicaciones que la libertad de uso de la inteligencia artificial (en adelante IA) genera en relación con los derechos morales. En la actualidad, el uso de la IA ha crecido exponencialmente, y está disponible para cualquier usuario con acceso a Internet. Sin embargo, esta accesibilidad y la globalización digital también conllevan riesgos significativos para la protección de principios esenciales del derecho de autor.

La inteligencia artificial generativa, caracterizada por la creación de nuevos contenidos (texto, imágenes, audio, video, sonido, entre otros) a partir de descripciones proporcionadas por el usuario, se basa en el aprendizaje automático. Según el manual de la OMPI sobre propiedad intelectual e inteligencia artificial¹⁷, estas herramientas se entrenan con enormes cantidades de datos que se encuentran disponibles en internet, que incluyen millones de páginas de texto o imágenes.

Este proceso permite a los usuarios manipular y transformar obras intelectuales reconocidas, lo que puede derivar en vulneraciones al artículo 14.4 de la LPI: “4.º Exigir el respeto a la integridad de la obra e impedir cualquier deformación, modificación, alteración o atentado contra ella que suponga perjuicio a sus legítimos intereses o menoscabo a su reputación”.

¹⁶ La Sentencia de la Cour de Cassation, de 28 de mayo de 1991.

¹⁷ Consultado el 1 de diciembre de 2024: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo-pub-rn2024-8-es-generative-ai-navigating-intellectual-property.pdf>

La creciente facilidad para el acceso y uso de estas tecnologías plantea un desafío crítico para la protección de los derechos morales, exigiendo una actualización del marco normativo que contemple los riesgos asociados a la IA generativa.

Por ejemplo, si un usuario decidiese alterar la apariencia de Solomon Northup, protagonista de 12 años de esclavitud—una adaptación de su propia vida—y lo representase como un personaje blanco, tanto los herederos de Northup¹⁸ como el director, guionista y creador de la banda sonora podrían iniciar acciones legales contra quien difundiera dicha obra. Esto sería debido a que dicha modificación constituye una vulneración del derecho a la integridad de la obra, afectando el contenido original y desvirtuando su mensaje, especialmente en el contexto de la lucha por los derechos de la comunidad negra en Estados Unidos durante el siglo XIX.

Por otro lado, existe otro riesgo en las creaciones mediante inteligencia artificial. En palabras de SAINZ (2019, p.4), *“cuando la actividad realizada por el sistema de IA emula la capacidad creativa del ser humano, el resultado que produce podría ser una obra de ingenio y esto atañe a la Propiedad Intelectual, en general, y al Derecho de autor, en particular”*. Esto podría dar lugar a que las obras generadas por IA que vulneren los derechos de autores originales sean protegidas como obras derivadas si los autores afectados desconocen su existencia.

Ante este panorama, las leyes de propiedad intelectual deben ser revisadas y adaptadas para enfrentar los desafíos que plantea la inteligencia artificial. Como se destaca en estas líneas, la IA ha llegado para quedarse, y es imprescindible ajustarse a esta nueva realidad para proteger los derechos de autor y garantizar una delimitación más precisa de las obras que puedan considerarse protegidas por la propiedad intelectual, incluidas aquellas generadas por sistemas de inteligencia artificial.

¹⁸ Solomon Northup escribió su autobiografía en 1853 titulada 12 años de esclavitud, la cual, tras el paso de 70 años desde su muerte en 1864, pasó al dominio público. No obstante, de acuerdo al artículo 15.1 de la LPI, el ejercicio de los derechos 14.3 y 14.4 de la LPI corresponde, sin límite de tiempo, a la persona natural o jurídica a la que el autor haya confiado su última voluntad, y en su defecto a sus herederos.

2.2. Derechos originados con la creación de la obra cinematográfica

Como se ha mencionado en apartados anteriores, los autores disponen de derechos patrimoniales de explotación, que les permiten obtener beneficios económicos derivados del uso de sus obras, así como de derechos de simple remuneración, destinados a compensar determinadas formas de explotación cedida de la obra (PULIDO, PALMA y AGUADO, 2016).

Tanto los derechos morales como los de simple remuneración son intransferibles e irrenunciables, salvo excepciones específicas. Por ejemplo, el anteriormente mencionado artículo 15 de la LPI, establece que los herederos pueden ejercer ciertos derechos morales del autor, específicamente los contemplados en los artículos 14.3 y 14.4 LPI.

Por otra parte, los derechos de explotación son frecuentemente objeto de contratos de cesión que involucran tanto los derechos de autor como los derechos conexos de artistas y ejecutantes. En este apartado, se enumerarán y analizarán los derechos de explotación recogidos en los contratos de cesión de los autores de obras intelectuales protegidas por el derecho de autor:

2.2.1. Derecho de comunicación pública

El derecho a comunicación pública se encuentra recogido en el artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual:

“Artículo 20. Comunicación pública.

Se entenderá por comunicación pública todo acto por el cual una pluralidad de personas pueda tener acceso a la obra sin previa distribución de ejemplares a cada una de ellas.

No se considerará pública la comunicación cuando se celebre dentro de un ámbito estrictamente doméstico que no esté integrado o conectado a una red de difusión de cualquier tipo.”

Más concretamente, su apartado b) aborda la proyección y exhibición pública de obras cinematográficas y demás obras audiovisuales. En un primer momento, la comunicación pública se entendía como un acto de explotación que ocurría simultáneamente, tanto en tiempo como en espacio, entre el público y los organizadores de la exhibición. Un ejemplo de

esto sería la exhibición de una película en las salas de cine, que era la única forma de distribuir una obra cinematográfica en 1960.

Sin embargo, en la actualidad, los actos de comunicación han evolucionado y adquirido un nuevo alcance, aboliendo la obligatoriedad de presencia física del espectador o de un público específico para ser calificados como comunicación pública. Hoy en día, es posible acceder a una obra en cualquier momento a través de plataformas audiovisuales o redes sociales (RIERA, 2001). Esta serie de requisitos implica que la visualización de una película en el ámbito doméstico no se considere un acto de comunicación pública, al igual que las distribuciones posteriores en formato físico. Además, dado que esto ocurre sobre un elemento tangible como el DVD, el hecho de que un consumidor vea por primera vez una obra audiovisual en su hogar, meses después de su exhibición en salas de cine, no generaría un derecho de comunicación pública. No obstante, sí podría considerarse comunicación pública el estreno de una película en una plataforma audiovisual que ofrezca acceso anticipado a aquellos que han pagado un costo adicional, así como el estreno en una gala de premios, como el Festival de Venecia.

2.2.2. Derecho de transformación

El derecho de transformación se refiere al que permite realizar modificaciones o adaptaciones de una obra original, como libros, cómics u otras obras cinematográficas, para crear obras audiovisuales derivadas, como remakes. En la actualidad, encontramos numerosos ejemplos de *live-actions* y *biopics*, los cuales requieren previamente la cesión del derecho de transformación por parte del autor original.

El derecho de transformación se encuentra recogido en el artículo 21 LPI:

“Artículo 21. Transformación.

- 1. La transformación de una obra comprende su traducción, adaptación y cualquier otra modificación en su forma de la que se derive una obra diferente.*
- 2. Los derechos de propiedad intelectual de la obra resultado de la transformación corresponderán al autor de esta última [...].”*

El derecho de transformación es el derecho exclusivo a modificar o transformar una obra preexistente, creando así una obra derivada o compuesta, y generando nuevos derechos de

titularidad como resultado de este ejercicio. Un ejemplo claro de derecho de transformación en el ámbito audiovisual es la adaptación de una obra literaria en una película o serie de televisión. Por ejemplo, La novela Invisible, escrita por Eloy Moreno y publicada en febrero de 2018, ha sido adaptada a una serie de televisión. La serie, titulada también Invisible, se estrenó en Disney+ el 13 de diciembre de 2024 (MARCOS, 2024).

Para que surja el derecho de transformación, el autor original debe ceder dicho derecho, siempre y cuando el autor de la obra transformada se comprometa a no vulnerar el derecho moral e integridad del autor.

Además, es requisito que se mantengan elementos sustanciales de la obra original en la adaptación, ya que, de lo contrario, solo podría calificarse como una obra inspirada, lo cual no afectaría a los derechos de autor sobre la obra original (LÓPEZ, 2021, p. 20).

2.2.3. Derecho de reproducción

El derecho de reproducción es aquel por el cual, en el ámbito audiovisual, permite la creación de copias a través de las cuales se distribuirá el filme, ya sea en formato DVD o en formato cinta para la proyección en salas de cine.

El derecho de reproducción se encuentra recogido en la LPI:

“Artículo 18. Reproducción.

Se entiende por reproducción la fijación directa o indirecta, provisional o permanente, por cualquier medio y en cualquier forma, de toda la obra o de parte de ella, que permita su comunicación o la obtención de copias”.

El derecho de reproducción permite al autor obtener un beneficio económico a cambio de la creación de su obra. No obstante, es importante no confundir este derecho con el de transformación, ya que la reproducción mantiene la obra intacta, sin modificaciones, y no genera nuevos autores a partir de la obra original.

Asimismo, no debe confundirse con la creación de licencias entre el autor de la obra original y un distribuidor o empresa, aspecto que se abordará más adelante en este estudio.

Para completar la lista de derechos de explotación, es fundamental definir el derecho de distribución, regulado en el artículo 19 de la LPI. Este derecho será tratado con mayor profundidad en el próximo epígrafe debido a su relevancia en la cesión de derechos audiovisuales. Su importancia radica en que permite a los titulares de derechos autorizar o prohibir la puesta a disposición del público de los ejemplares de la obra, ya sea mediante venta, alquiler u otras modalidades contractuales.

3. Ventanas clásicas de explotación: la industria cinematográfica tradicional

La industria cinematográfica, como hemos visto en epígrafes anteriores, ha experimentado numerosas modificaciones y avances desde sus inicios, desde las primeras emisiones públicas de cortometrajes en salas de cines hasta las plataformas audiovisuales o el alquiler de películas por internet, pasando por los videoclubs y la grabación de retransmisiones televisivas. Todo esto ha sido posible gracias a los avances tecnológicos y a la inversión de los espectadores, los países y la propia industria.

Además, la creación de los nuevos métodos de distribución de contenido audiovisual como las plataformas digitales o los servicios de alquiler de contenidos audiovisuales no ha conseguido desbancar a las primeras ventanas ya consagradas, las cuales siguen reinventándose y adaptándose a los nuevos tiempos con estrenos y premieres de películas, ediciones especiales físicas para coleccionistas, entre otros.

De igual forma, la CNMC no solo considera ventanas de explotación a las salas de cine, la exhibición en televisión y la distribución en soporte físico, sino también a los canales de televisión de pago tradicionales y a los operadores de telecomunicaciones bajo suscripción (MEDINA, HERRERO, PORTILLA, 2019)¹⁹. Por lo tanto, debemos tener en consideración todas esas ventanas de explotación y basar su distinción en el momento de creación y el impacto temporal que tuvieron.

En el presente epígrafe, se analizarán las fases jurídicas que atraviesa una obra audiovisual, comenzando desde su creación y la venta a distribuidoras y productoras, hasta su disponibilidad para el consumo individual. El propósito final de este análisis es ejemplificar

¹⁹ En 2015, la CNMC caracterizó el uso de los servicios *over the top* en España, (<https://www.cnmc.es/sites/default/files/1533234.pdf>). Los datos de las nuevas OTT, como HBO, no son reconocidos dentro de las definiciones de la CNMC por no ser compañías españolas. Sin embargo, es importante matizar que las plataformas digitales sí se consideran ventanas de explotación, aunque esta categoría se aplicó por primera vez a Netflix en 2019, y únicamente porque formaba parte del paquete de Movistar+. De forma similar, otras plataformas extranjeras se han ido incorporando a este esquema mediante acuerdos de pago con operadoras de telecomunicaciones.

cómo las ventanas de explotación tradicionales son fundamentales para sostener un ciclo de fases jurídicas coherentes y bien estructuradas en la emisión de producciones multimedia. La permanencia de estas etapas es clave para mantener el equilibrio entre los derechos de las partes involucradas y la viabilidad de la industria audiovisual en el futuro.

Así, este análisis se centrará en las bases del derecho de distribución durante la fase de preproducción de una obra audiovisual, así como cuál es el agente más relevante y el que ostenta los derechos que posteriormente serán cedidos: el productor. La verdadera magia del cine no nace en un *set*, si no en una mesa entre firmas y cesiones.

3.1. El derecho de distribución y papel del productor

El mercado cinematográfico se organiza en tres sectores y procesos que facilitan que las películas lleguen al público a través de diversas formas de consumo, ofreciendo un acceso directo y cómodo al espectador:

1. En primer lugar, encontramos al productor, quien se encarga de la creación y financiación de la obra audiovisual.
2. En segundo lugar, está la empresa distribuidora.
3. Finalmente, el exhibidor, quien comercializa y exhibe la cinta en las salas de cine, permitiendo su comunicación pública.

El productor, por un lado, es el responsable económico, financiero y artístico de la película. Es quien toma las decisiones sobre el contenido y material audiovisual, así como sobre los aspectos económicos del proyecto. El productor audiovisual es el profesional encargado de coordinar, supervisar y gestionar todos los aspectos creativos, técnicos y financieros de una producción audiovisual, asegurando la realización del proyecto conforme a los estándares de calidad, presupuesto y plazos establecidos (GONZÁLEZ, 2005, pg. 12).

Además, el productor tiene la responsabilidad de recabar los derechos de explotación de los autores de la obra audiovisual (director, guionistas y compositor musical), así como de los autores de obras preexistentes en las que se base la película. Para ello, los autores deben cederle, mediante un contrato de cesión, los derechos de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación. Según el artículo 124 de la LPI, también corresponde

al productor el derecho de explotación de las fotografías realizadas durante la producción de la grabación audiovisual²⁰.

En caso de que algún aspecto relevante no quede especificado en el contrato de cesión, o que, por el contrario, alguno de los autores se niegue a firmar un contrato de cesión de los derechos de su obra, la LPI establece en su artículo 88 la presunción de cesión exclusiva de los derechos de explotación al productor, incluyendo los derechos de doblaje o subtitulado, así como el derecho de transformación en caso de que la obra audiovisual se base en una obra preexistente (artículo 89 LPI).

Para que la cesión tácita de derechos de explotación sobre obras cinematográficas sea válida, los autores deben autorizar su uso mediante la puesta a disposición del público de copias, para utilización en el ámbito doméstico o mediante su previa comunicación pública a través de la radiodifusión. Por ello, un autor solo se podrá negar a ceder los derechos sobre su aportación a la obra siempre y cuando no hubiera puesto a disposición esta.

Normalmente, los contratos de cesión incluyen una cláusula que impide a los autores disponer libremente de sus creaciones. Sin embargo, si la cesión es tácita, los autores pueden conservar el derecho a explotar de forma aislada su aportación individual.

Tanto los autores de las obras audiovisuales como los de obras preexistentes tienen derecho a una remuneración equitativa por la cesión de sus derechos patrimoniales, de acuerdo con el artículo 88 de la LPI. Esta remuneración debe especificarse para cada modalidad de explotación cedida, conforme al artículo 90²¹ de la LPI. Este derecho de remuneración es irrenunciable, lo que asegura que los autores queden protegidos frente al productor, quien, por su rol, suele tener una posición ventajosa en la relación contractual.

El artículo 123 de la LPI confiere al productor de una obra cinematográfica el derecho exclusivo a la primera fijación de la grabación audiovisual, así como el derecho exclusivo de autorizar la distribución del original y de las copias de dicha obra. Este productor puede decidir transferir, ceder o conceder estos derechos mediante licencias contractuales si así lo desea.

²⁰ Bajo la opinión de quien suscribe estas líneas, resulta conveniente destacar que la LPI refuerza la idea de no otorgar autoría ni mérito al director de fotografía, entregando las obras originales del fotógrafo/autor al productor sin que medie una cesión explícita entre ambas partes.

²¹ El derecho de remuneración del artículo 90 LPI será abordado en la página 32 del siguiente epígrafe.

El eslabón que encontramos entre el productor y el exhibidor es la distribuidora, cuya misión es poner el producto audiovisual al alcance de su mercado potencial (BLANCO, 2012). Una vez que los autores de la obra cinematográfica han cedido todos sus derechos al productor, y este asume la figura con la facultad para ejercerlos, entra en juego el distribuidor. Sobre este recae una segunda cesión de derechos de explotación, donde el productor puede transferir de manera parcial o total los derechos al distribuidor.

Debido al predominio de esta figura, el derecho de distribución se erige como uno de los derechos de explotación de autor más relevantes en el ámbito audiovisual. La LPI lo define en su artículo 19 como;

“Se entiende por distribución la puesta a disposición del público del original o de las copias de la obra, en un soporte tangible, mediante su venta, alquiler, préstamo o de cualquier otra forma”.

En muchas ocasiones, estas funciones de comercializar contenidos convergen, especialmente en el caso de las *majors*, que no solo producen su propio contenido, sino que también se encargan de su distribución (NIGRA, 2013). Este modelo integrado es posible gracias a sus amplias plantillas, compuestas no solo por profesionales especializados en la producción estricta, sino también en áreas como el *business* y el *marketing*. Esta estructura les permite abarcar todo el proceso, desde la creación hasta la comercialización, consolidando su dominio en el mercado global.

En aquellos supuestos de coproducción o donde el productor y el distribuidor son personas diferentes, la cesión de derechos puede ser total o parcial, lo que influye directamente en las funciones que el distribuidor podrá ejercer dentro de la producción. Por ejemplo, un productor puede optar por prevender los derechos de la obra a una distribuidora con el objetivo de obtener financiación parcial para la película. Esta preventiva puede implicar la firma de un contrato de exclusividad, garantizando que la distribuidora será la única autorizada para comercializar la obra.

Por ejemplo, si somos una pequeña productora que busca realizar una película sobre un acontecimiento relevante en España, podríamos optar por prevender los derechos a Radio Televisión Española (en adelante, RTVE) antes de iniciar la producción. Esta estrategia se fundamenta en que dicho contenido podría alinearse con los intereses divulgativos de RTVE.

A través de esta preventiva, no solo se consigue financiar gran parte de la película, sino que también se asegura su distribución en salas de exhibición, así como su emisión periódica en los canales televisivos de RTVE²².

Tras analizar a dos de los agentes clave en la cadena de producción de una obra cinematográfica, en el siguiente epígrafe se examinará la figura del exhibidor, responsable de facilitar la primera llegada del contenido audiovisual al público. Asimismo, se estudiará cómo gestionar los derechos de autor en función de su naturaleza y de la proyección futura de la obra bajo la responsabilidad del exhibidor.

3.2. Salas cinematográficas

Lo que comenzó siendo una forma de expresar ideas y arte, ofrecida de manera pública a los ciudadanos, se transformó en un producto que requiere retribución económica para acceder a él, como ha sucedido con la industria audiovisual y el sector del entretenimiento en general. Un claro ejemplo de esta transición es la producción de películas diseñadas para ser *blockbusters*, cuyo objetivo final es más una estrategia de marketing que una creación audiovisual en sí misma. MAQUIAVELLO (2021) señala, que, por ejemplo, *Star Wars* es un auténtico fenómeno *mainstream* y que fue en parte creado por George Lucas basándose en su plan de medios y de convertirse en una auténtica franquicia. Según el *youtuber*²³, todas las insignias que se le otorgan no se deben en tanto a ser vanguardista en los efectos especiales o tecnología, si no por ser pionero en la creación de un universo cinematográfico.

²² La participación de RTVE en contenidos audiovisuales no solo es un ejemplo de cómo las operadoras de telecomunicaciones intervienen en la industria cinematográfica, sino que es una realidad. Entre sus ejemplos más destacables encontramos "La llamada" (2017), "Cerdita" (2022), "tarde para la ira" (2016). Debido a esta preventiva realizada por las productoras a la cadena, ahora tenemos disponibles gratuitamente estas películas en: <https://www.rtve.es/play/coleccion/cine-espanol/1546/>. Se trata de una estrategia que busca la financiación a corto plazo y no a largo, ya que esto significa que, más tarde no se pondrán a vender los derechos a ninguna plataforma de pago.

²³ Jordi Maquiavello, es un guionista y analista de cine español. Estudió Producción y Realización Audiovisual en la Escuela de Imagen y Sonido de Vigo. En 2017, creó su canal de YouTube "Jordi Maquiavello", donde realiza análisis y críticas cinematográficas, consolidándose como uno de los divulgadores de cine más destacados de España. Fuente: https://www.jmaquiavello.com/about?utm_source=chatgpt.com [Consulta en: diciembre 2024].

Al hilo de lo anteriormente mencionado, en la explotación de la obra audiovisual en las obras cinematográficas, la figura del exhibidor es la más notable. A continuación, analizaremos los derechos que se le conceden y cómo se desarrolla su proceso de exhibición.

La gestión de la exhibición de películas en salas de cine requiere, en primer lugar, la cesión de derechos de explotación por parte del productor, quien previamente ha obtenido la autorización de los autores y artistas involucrados en la obra para poder explotar sus aportaciones, como hemos comentado en el epígrafe anterior. En este proceso, el productor debe contar con los derechos de reproducción, comunicación pública y distribución de la película para poder ofrecerla a los cines para su exhibición, además de los derechos de explotación que puedan devenir de la proyección de la película (como, por ejemplo, el de exhibición). Estos derechos no son adquiridos directamente por la sala de cine, sino que una empresa distribuidora suele ser el agente intermediario entre cines y productor.

Entre productor y distribuidor se formaliza un contrato que autoriza a este último a comercializar la obra audiovisual, el contrato de distribución. En épocas anteriores, cuando las plataformas de streaming no existían y el cine era la principal ventana de exhibición, el proceso era más sencillo y directo: en lugar de acuerdos de distribución complejos y particulares, se utilizaba un sistema de venta directa o alquiler de las cintas físicas de la película. Estas cintas permanecían en exhibición hasta que se realizaba un cambio en la cartelera. Este modelo aseguraba que el cine fuera la única plataforma de difusión de las producciones cinematográficas. Sin embargo, hoy en día podemos percibir que esta venta es injusta, y que el alcance y vida de una película es mucho inferior al actual.

El distribuidor, dependiendo de las expectativas de éxito, alcance y presupuesto que se pueda destinar a la película (la duración de la película, si se ajusta a las modas del momento, está destinada a un público infantil...) selecciona un catálogo de cines en los que la película será exhibida y coordina la reserva de copias y licencias necesarias para la proyección en dichas salas. Este proceso asegura que cada cine cuente con las autorizaciones legales y las copias requeridas para exhibir la película en sus instalaciones, se configura a través del denominado contrato de exhibición. El contrato de exhibición supone un pacto de voluntad entre el distribuidor y el exhibidor, en el que se fijan las condiciones según las cuales se llevará a cabo el desarrollo de exhibición en salas de cine (CURTO, 2017). Será en este contrato donde

se establezcan todas sus características: el número de pases de la película, su tiempo en cartelera, si desea la versión doblada y/o la original, el número de cines competidores, etc.

En el contrato de exhibición se ejerce el derecho de comunicación pública, dado que la película se proyecta en una sala a la que el público accede sin la previa distribución de ejemplares individuales de la obra. Además, el derecho de reproducción entra en juego en la creación de copias necesarias para su exhibición en distintos cines.

Otros derechos que derivan de la exhibición en salas de cine son los derechos de remuneración equitativa y única, que se encuentran en el artículo 90.3 de la LPI. Lo que trae a colación este artículo es que cuando una obra audiovisual se proyecta en lugares públicos con entrada pagada, los autores tienen derecho a recibir un porcentaje de los ingresos de esa exhibición, sin importar lo establecido en el contrato. Por consiguiente, los exhibidores pueden descontar estas cantidades de lo que deban pagar a quienes cedieron los derechos de la obra audiovisual. Se trata de una obligación para el cine/exhibidor que nace de la cesión de derechos que se le ha otorgado, y que no tiene nada que ver con la figura del distribuidor ni con la del productor.

Debido a este último derecho que entra en juego, se producen muchas tensiones entre los exhibidores, los distribuidores y los productores, ya que todos deben estimar el tiempo de proyección necesario para recuperar la inversión y reflejarlo en las condiciones contractuales para evitar pérdidas excesivas para cualquiera de las partes. Por ejemplo, el distribuidor puede intentar frenar al productor en cuanto al número de salas en las que desea proyectar su obra si, tras una evaluación con el exhibidor, previo análisis de rentabilidad, perciben que no se venderán muchas entradas²⁴.

Todos estos aspectos deben negociarse y discutirse entre las partes para prevenir problemas y posibles demandas futuras, como en el caso de la película *Viuda Negra*. En 2021, esta película se estrenó simultáneamente en cines y en Disney+, convirtiéndose en la segunda peor taquilla de Marvel y suponiendo una pérdida de 50 millones de dólares para la compañía, lo

²⁴ “*Napoleón*” (2023) de Ridley Scott fue una de estas películas que pueden considerarse conflictivas dentro de las negociaciones entre distribuidor, productor y exhibidor, ya que el director grabó una película con una duración de cuatro horas y diez minutos y finalmente, su duración en las salas de cine fue de 2 horas y 38 minutos. La productora cedió los derechos de comunicación pública a Apple TV+ para que pudiera emitir la versión extendida.

cual afectó directamente a las bonificaciones de la actriz protagonista (BEAUREGARD, 2021). Según la normativa de propiedad intelectual en EE. UU., los actores generan derechos económicos a raíz de su interpretación, que suelen ceder a la productora mediante contrato (CASTELLÓ, 2022).

Esta cesión no queda explícitamente recogida en la normativa, por lo que es frecuente que sea en estos supuestos donde surjan los conflictos entre productora y artistas. Scarlett Johansson tenía firmado un derecho a un *bonus* de acuerdo con negociaciones con la compañía si la película alcanzaba un número determinado de entradas vendidas en la taquilla. En España, situaciones similares quedan protegidas bajo el artículo 90.3 de la LPI, que aborda la comunicación pública de representaciones en lugares públicos.

De este modo, Disney+ incumplió uno de los llamados "pactos no escritos" en la industria cinematográfica, que dicta un periodo de tres meses desde el estreno en cines hasta su distribución en plataformas audiovisuales o alquiler en televisión por cable. Estos pactos suelen contemplarse dentro de los contratos modelos de las distribuidoras, pero no deja de ser una limitación de tiempo creada por la propia industria. Este plazo deriva del ya derogado Real Decreto 2062/2008 (posteriormente desarrollado en la LC), el cual establecía un intervalo de tres o cuatro meses desde el estreno en sala para películas que percibieran ayudas económicas:

"Para el acceso a las ayudas a la producción, las empresas productoras solicitantes deberán, además: [...] No comercializar o no haber comercializado la película en soporte videográfico con anterioridad al transcurso de 3 meses desde su estreno comercial en salas de exhibición".

En la práctica, se adoptó un acuerdo tácito según el cual todas las películas seguirían esta regla para evitar la desaparición de las salas de cine y prevenir la competencia desleal de otros proveedores de contenido audiovisual.

Así, en la actualidad, para poder acceder a las siguientes ventanas de explotación, debe transcurrir un mínimo de tres meses. Sin embargo, como veremos a continuación en "distribución a través de materiales tangibles de la obra", la industria cinematográfica sigue siendo una industria basada en las ventas, y cuanto más tarde en ser accesible para los espectadores, mayor será el gasto para acceder a ella. A continuación, analizaremos una de

las ventanas de explotación que más ingresos ha generado a lo largo de los años en el mundo audiovisual.

3.3. Distribución a través de materiales tangibles de la obra

La siguiente fase en la cadena de distribución de la obra cinematográfica es la distribución a través de formatos físicos. Este tipo de consumo, conocido como explotación en video doméstico, era la fase natural siguiente a la exhibición en cines.

La primera manifestación de un modelo físico casero para el consumo doméstico fue el Betamax, que permitía la grabación casera. Fue utilizado hasta que, en 1967, los productores de la industria cinematográfica presentaron una demanda contra su uso, debido a que consideraban que era una forma de abrir las puertas a las grabaciones ilegales y por ende a la piratería (VELASCO, 2014). Fue entonces cuando surgió uno de los recuerdos más nítidos de la generación de los noventa y dos mil: el VHS (Video Home System).

En 1987, el 90% de la inversión en el mercado cinematográfico se había producido gracias a las compras de VHS (KASSAVETI, 2023). Sin embargo, a pesar de su gran fama, la industria fue desarrollando otros formatos para la reproducción de obras cinematográficas. El siguiente hito tecnológico fue el DVD, que permitía la reproducción de obras audiovisuales para aquellos que lo compraran. El término DVD proviene de las siglas de *Digital Video Disc* o *Digital Versatile Disc*, y su creación responde a la necesidad de unificación de prácticas entre las compañías productoras de formatos físicos tras el VHS, cuya creación se especulaba que podría llegar a ser el fin de la piratería. Su impacto fue tan trascendental que su uso se mantuvo desde la década de 1990 hasta 2015.

Del DVD nació el Blu-Ray y con ellos las versiones extendidas, coleccionistas, que supusieron un antes y después en la comercialización de la industria cinematográfica, que, a su vez, influyó en los ingresos de esta y permitía la creación de producciones más costosas²⁵.

²⁵ Es inevitable señalar que, con la llegada de las plataformas audiovisuales y las nuevas formas de explotación del contenido audiovisual, la preferencia por la compra de DVD o VHS ha quedado relegada al ámbito del coleccionismo. En el **Anexo A, Imagen 4**, se presenta un gráfico que ilustra el porcentaje de consumo de formatos físicos en el año 2018.

Por consiguiente, el derecho de explotación protagonista en esta fase sería el derecho de reproducción, donde existe una fijación directa y permanente de toda la obra o de parte de ella, además de la obtención de copias a raíz de ella. El derecho de reproducción normalmente lo ejerce la distribuidora (recordemos que el productor puede limitar los derechos que cede al distribuidor), habiendo concedido al exhibidor solamente una licencia para crear copias de discos duros y que puedan ser proyectados. Sin embargo, estas copias pueden ser reproducciones provisionales, que más tardes son desechadas por el exhibidor, al haberse cedido el derecho o haberse concedido una licencia por el tiempo establecido en el contrato del tiempo que permanecerá la película en cartelera.

Sin embargo, existen ciertos límites específicos al derecho de reproducción que pueden afectar a las ventas de los formatos físicos de las obras cinematográficas. Los límites o excepciones al derecho de autor, como los define TRIVEÑO (1997), son una restricción al derecho exclusivo del autor para explotar económicamente su obra.

Uno de los límites más aplicables al derecho de reproducción es el de la copia privada, que permite al consumidor realizar copias de un contenido para uso personal a cambio de una remuneración equitativa para el autor, compensando las posibles copias privadas que puedan realizarse y perjudicar al autor. El Tribunal de Justicia de la Unión Europea define este límite como “la posibilidad de que los Estados miembros establezcan excepciones o limitaciones al derecho exclusivo de reproducción cuando se trate de copias en cualquier soporte, realizadas por una persona física para uso privado y sin fines comerciales directos o indirectos, lo que constituye la excepción de copia privada” (MARTÍNEZ-SALCEDO, 2013, p.125). No obstante, este derecho debe ser matizado, como analizaremos a continuación.

Inicialmente, las copias privadas implicaban un perjuicio económico tan insignificante para el autor que no requerían regulación legislativa. Sin embargo, la llegada de las nuevas tecnologías, las técnicas de grabación profesional e Internet ha generado un entorno en el que resulta más difícil llevar un control preciso sobre las reproducciones y copias que se realizan de las obras. Por ejemplo, antes se podía grabar una película en formato VHS en un CD, y esta copia permanecía en el ámbito doméstico de quien ejercía el derecho de reproducción. Hoy en día, quien graba una película tiene la posibilidad de difundirla en plataformas ilegales, en *YouTube* o en aplicaciones de mensajería como *Telegram*. Por ello, el legislador ha

considerado necesario regular el derecho a copia privada para evitar un perjuicio económico real al autor de la obra.

El Centro Español de Derechos Reprográficos (en adelante, CEDRO) ha recogido los casos en los que se permite la reproducción bajo copia privada sin autorización del autor, basándose en el artículo 25 de la LPI:

“La reproducción realizada, en cualquier soporte, sin asistencia de terceros, de obras ya divulgadas, cuando concurren simultáneamente las siguientes circunstancias, constitutivas del límite legal de copia privada:

- *Que se lleve a cabo por una persona física exclusivamente para su uso privado, no profesional ni empresarial, y sin fines directa ni indirectamente comerciales.*
- *Que la reproducción se realice a partir de obras a las que haya accedido legalmente desde una fuente lícita.*
- *Que la copia obtenida no sea objeto de una utilización colectiva ni lucrativa, ni de distribución mediante precio.”*

Este artículo fue respaldado en el denominado Caso ACI Adam²⁶, donde una empresa que comercializaba soportes de grabación cuestionó el sistema de compensación por copia privada. Debido a la presunción de copia sobre las obras protegidas por derechos de autor, se impone a quienes poseen sistemas de grabación la obligación de pago del denominado “canon digital”, independientemente de si es la empresa quien realiza la copia privada o un tercero. A pesar de la demanda de la empresa, el TJUE declaró lo siguiente:

- No era una persona física.
- Se reafirmó que toda copia realizada a partir de una fuente ilícita no debería estar amparada por el límite de copia privada, ya que esto iría en contra del buen funcionamiento del mercado interior, fomentaría la circulación de obras falsificadas o piratas, y menoscabaría la explotación normal de la obra. Esta doctrina también se confirmó en el caso Copydan²⁷.

²⁶ STJUE 10/4/2014, C-435/12, *ACI Adam y otros c. Stichting de Thuiskopie*

²⁷ STJUE 5/3/2015, C-463/12, *Copydan Båndkopi c. Nokia Danmark*.

- Y, por último, se establece una presunción en el ámbito empresarial de fines comerciales.

Asimismo, el caso *Austro-Mechana c. Strato*²⁸ sentó precedentes al determinar que las copias realizadas en la nube también deben ser compensadas equitativamente mediante el canon digital, independientemente del soporte utilizado.

Por lo tanto, bajo estas normas, quien realice una grabación de una película con el único fin de conservarla en su dominio para uso privado y doméstico, sin distribuirla con fines comerciales, no estaría sujeto al canon por copia privada.

Se puede concluir que el derecho de reproducción (copia privada, piratería, etc.) ha sido vulnerado de diferentes maneras a lo largo de los años y es uno de los derechos de la propiedad intelectual del autor más fácilmente quebrantables. Por eso, es importante la conciencia del usuario al elegir los métodos de consumo de la obra, ya que en muchos casos se favorece un método de distribución que deriva de la reproducción ilegal de obras cinematográficas.

En definitiva, los soportes tangibles son la ventana de explotación de obras audiovisuales más desplazada en la industria actual. Han sido reemplazados en gran medida por las plataformas audiovisuales. Sin embargo, su primer competidor no fueron los servicios de streaming, sino la oferta televisiva y los acuerdos entre productoras y cadenas, como se analizará a continuación.

3.4. Emisión en televisión

La cronología clásica que se seguía hace unos años situaba en el último eslabón de la cadena de producción audiovisual la emisión gratuita en televisión. Esto ocurría únicamente cuando ya se habían alcanzado los ingresos esperados en la taquilla y se habían comercializado los formatos físicos de la obra audiovisual.

²⁸ STJUE 24/3/2022, C-433/20, *Austro-Mechana c. Strato*.

En un principio, solo existía la “free TV”, que cerraba esta cadena de distribución al permitir que las películas llegaran finalmente al público sin coste directo a través de sus televisiones.

Desde sus inicios, la televisión gratuita adoptó el modelo de financiación basado en publicidad y patrocinio heredado de la radio. Este sistema buscaba captar grandes audiencias para posteriormente vender su atención a empresas interesadas en promocionar productos y servicios. Así, aunque la televisión en abierto es técnicamente gratuita, el espectador contribuye indirectamente al consumir bienes y servicios anunciados (NEWMAN, 2012).

Este momento, sería aquel en el que se estrenaba una película en la cadena que hubiese comprado sus derechos de emisión televisivos para que pudiese llegar al público después de un tiempo de explotación en las otras ventanas²⁹. O, por otro lado, aquellas películas que escogían un canal televisivo para estrenarse directamente como se veía en canales infantiles como *Clan*, *Disney Channel*...

La idea de una televisión de pago surgió por primera vez en España en 1972, a través de una iniciativa conjunta entre la Dirección General de Radiodifusión y Televisión y Telefónica. Este proyecto representaba el primer intento de integrar la televisión por cable en España, adoptando un modelo inspirado en el sistema de antenas comunitarias desarrollado previamente en Estados Unidos.

No fue hasta 1995, cuando Canal Plus España y Telefónica llegaron a un acuerdo para crear una plataforma digital por cable llamada Cablevisión. Sin embargo, en 1996, la Comisión Europea rechazó esta alianza al considerar que se podría crear un monopolio nacional en televisión de pago (BECEIRO, 2010, p. 134).

Este proyecto no llegó a implementarse, siendo sustituido por el surgimiento del denominado “vídeo comunitario”. Este sistema consistía en una antena colectiva de televisión que permitía la difusión de la señal procedente de un reproductor de vídeo, a cambio de un canon abonado al administrador del servicio. En este modelo, los derechos de autor no se pagaban directamente al creador del contenido, sino al responsable de la transmisión de la

²⁹ Para ejemplificar el tiempo transcurrido entre taquilla y emisión televisiva, pondremos de ejemplo a “*Pretty Woman*”, que se estrenó en cines en 1990, y en la TVE1 en 1994. Mientras que “*Titanic*” se estrenó en 1997, y su emisión en televisión fue en 2001. Ambas compartiendo un periodo de cuatro años entre su estreno mundial y el televisivo en España. Fuente: <https://www.formulatv.com/noticias/pretty-woman-titanic-emitido-mas-veces-televisión-123374/>. [Consulta en: diciembre de 2024]

señal, quien podía ser tanto el autor como un segundo emisor (GARCÍA-GUARDIA Y ESTUPIÑÁN, 2012).

La llegada de esta nueva forma de transmisión supuso importantes desafíos en el ámbito de los derechos de propiedad intelectual. En particular, la ausencia de una distinción clara en los conceptos de comunicación pública dificultaba la delimitación entre quién debía percibir la remuneración como autor y quién debía recibirla como titular de una licencia de uso. La LPI abordó posteriormente estas cuestiones, resaltando la importancia de identificar correctamente a los sujetos obligados de cara al pago de los respectivos derechos.

Durante el desarrollo de la televisión por cable y la digitalización de la emisión televisiva, se ofrecieron a los espectadores más canales, mayor variedad de contenido y un catálogo más amplio para elegir. Sin embargo, no existía la posibilidad de "pagar"³⁰ por acceder a contenido exclusivo o específico. La programación se centraba en lo que la cadena decidía emitir diaria, semanal o mensualmente sin opción a personalización.

Para entender cómo se llevan a cabo los actos de distribución en el ámbito audiovisual, resulta fundamental analizar de forma técnica el artículo 20 de la LPI y ejemplificar las definiciones que este proporciona:

- El concepto de emisión comprende el proceso de enviar señales que contienen programas hacia un satélite, cuando el público solo puede recibirlas a través de otra entidad distinta de la emisora original. Por ejemplo, una productora envía una señal de televisión a un satélite, pero los espectadores solo pueden verla a través de una plataforma como Movistar+.
- La radiodifusión o comunicación al público vía satélite que consistiría en introducir, bajo el control de una emisora, señales con programas destinadas a ser recibidas por el público.

³⁰ A pesar de existir numerosas opciones de ventanas de explotación en la televisión, las ventanas clásicas contemplarían, en opinión de quien estas líneas suscriben, aquellas que precedieron a las plataformas de streaming y no estaban diseñadas para responder directamente a la demanda específica del público. Así mismo, será en el apartado referido a las ventas de explotación modernas en televisión donde se abordarán opciones como el "Pay Per View" (pago por ver un programa específico) o el "Near Video On Demand".

- La retransmisión sería la emisión de una obra ya radiodifundida, pero utilizando cualquier medio y a través de una entidad distinta a la emisora original.
- La comunicación al público vía satélite se considera realizada en el país de la UE donde la entidad radiodifusora controla e introduce las señales en la cadena de comunicación continua.

Pero, dejando a un lado las definiciones técnicas de las formas de difusión de contenido audiovisual, la repercusión que éstas tiene dentro de los derechos de autor puede observarse en diferentes situaciones de distribución audiovisual según la técnica utilizada en ese momento.

Un ejemplo que ilustra claramente el debate sobre las técnicas de emisión y sus implicaciones en los derechos de propiedad intelectual es el caso Telefónica vs. La Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (en adelante, “EGEDA”)³¹. EGEDA se encarga de representar a los productores audiovisuales y de gestionar la recaudación y distribución de los derechos generados por la explotación de sus obras en modalidades como la retransmisión y la emisión o radiodifusión en lugares accesibles al público, utilizando cualquier medio adecuado, según lo establecido en el artículo 122.2 de la LPI.

La retrasmisión que realizaba Telefónica u otros canales de pago no implica el uso de obras originales en sentido estricto, sino que se trata de retransmisiones derivadas. Es decir, el productor pierde control sobre dónde se están difundiendo sus obras.

En este contexto, Telefónica, como operadora de televisión de pago, era la entidad que controlaba dicha retransmisión, motivo por el cual EGEDA le reclamaba el pago de los cánones correspondientes por el uso de las obras, además de establecer unas tarifas por el contenido utilizado.

El tribunal basó su decisión en los artículos 122.1 y 122.2 de la LPI, donde se establece que el productor tiene el derecho de autorizar la comunicación pública de las grabaciones de su creación. Respecto a esto, Telefónica sostenía que la retransmisión de su contenido no

³¹ Resolución de la Comisión de Propiedad Intelectual, Sección Primera, expediente E 2017/002, TELEFÓNICA S.A.U. c. EGEDA.

constituía una comunicación pública, ya que esta ya había sido transmitida una primera vez, y por ello no debía responder al pago del canon.

En la pretensión número 154, el tribunal consideró que la retransmisión realizada por Telefónica sobre contenidos y emisiones ya existentes constituía un acto de comunicación pública de segundo grado. Esto se debe a que la retransmisión implica comunicar emisiones ya existentes a un público distante, volviendo a difundir a un público diferente transmisiones previas que ya son actos de comunicación pública a distancia.

En numerosas ocasiones, el Tribunal ha establecido que, para considerar una retransmisión, no es relevante si el público coincide o no con el de la emisión original. En este sentido, el servicio de televisión de pago debe considerarse como un acto independiente de retransmisión.

En definitiva, el Tribunal concluye que la retransmisión de contenidos audiovisuales ya sea de canales de pago o en abierto, a través de un servicio de televisión de pago constituye un acto de comunicación pública sujeto a derechos de remuneración. Por tanto, estos servicios deben cumplir con la obligación de remuneración establecida en el artículo 122 de la LPI.

Desde esta perspectiva, se observa cómo la jurisprudencia española está marcando precedentes en la ampliación de la regulación jurídica de los derechos de autor en el ámbito audiovisual. De lo contrario, podría generarse un enriquecimiento injusto, tanto por parte de los canales de pago que retransmiten emisiones previas como de las personas que a través de redes sociales difunden contenido previamente emitido por otras entidades.

Aunque la jurisprudencia y la legislación española reflejan avances significativos en la modernización de los derechos de autor en el sector audiovisual y del entretenimiento, en ocasiones esto resulta insuficiente. La interpretación de los derechos de autor en relación con las diferentes formas de consumo de contenido visual es esencial, pero a menudo surgen discrepancias que hacen necesario establecer precedentes y analizar cada caso en detalle.

Continuando con la exploración de las diferentes formas de comunicación al público a través de la emisión televisiva, resulta relevante destacar un reciente acontecimiento relacionado con la icónica serie Los Simpson.

Por primera vez, un episodio de Los Simpson, titulado *“¡Ho ho ho! Santa Homer”*, no fue emitido por Fox, sino que fue lanzado directamente en Disney+ (MEEKS, 2024). Esto influye

directamente en la manera de comunicar públicamente la serie, ya que, mientras antes se trataba de una retransmisión por Disney+ de una obra previamente emitida por una cadena de televisión y por una entidad distinta, ahora se trata de una comunicación pública mediante puesta a disposición del público, establecida en el apartado 2.i) del artículo 20 de la Ley de Propiedad Intelectual (LPI). Disney+ no "emite" en este sentido, ya que no utiliza ondas o señales, sino que ofrece acceso bajo demanda.

Es debido a casos como este donde vemos que la llegada de las nuevas plataformas de streaming y el modelo de puesta a disposición pública están desplazando a las ventanas tradicionales. Este cambio en el panorama audiovisual refleja una transición gradual, en la que las producciones apuestan cada vez más por orientar y ceder su contenido directamente a estas nuevas ventanas de explotación, adaptándose a las preferencias del público y a las dinámicas de consumo actuales.

En el siguiente epígrafe, se abordarán las complicaciones que han surgido a lo largo de la aplicación de ventanas modernas de explotación, así como la forma en la que se han ido resolviendo. También los conflictos actuales que se pueden ocasionar y como están siendo resueltos o como los afrontan tanto los profesionales como los usuarios.

4. Nuevas ventanas de explotación en la era digital: la modernización del consumo audiovisual

El avance tecnológico y la consolidación de la digitalización han transformado de manera radical las ventanas de explotación tradicionales en la industria audiovisual. Este cambio responde, en gran medida, a los nuevos hábitos de consumo de los usuarios. La creciente demanda por parte de los consumidores, especialmente entre los sectores más jóvenes, ha impulsado el desarrollo de nuevos modelos de distribución, tal como destacan OJER y CAPAPÉ (2012).

El contexto en el que se desarrolla la industria cinematográfica siempre ha sido crucial para determinar su evolución. Desde la producción de películas en color y el cine sonoro hasta la duración de los filmes o la creación de series y temáticas específicas, la industria ha sabido adaptarse a los avances tecnológicos. En este sentido, la aparición de dispositivos como *smartphones*, *tablets* y ordenadores portátiles ha permitido a los consumidores acceder al contenido audiovisual de forma más sencilla y en cualquier momento, haciendo que estas nuevas formas de consumo sean especialmente atractivas. Esta accesibilidad, a su vez, ha generado un mercado en constante evolución, con nuevos inventos que se ajustan a estas tendencias.

Por otro lado, la necesidad de incluir publicidad en las emisiones televisivas o en las salas de cine ha contribuido al declive de las ventanas de explotación tradicionales. La digitalización no solo ha abaratado los costes de producción, permitiendo que directores y productores aborden proyectos independientes con mayor facilidad, sino que también ha simplificado la distribución de sus obras. BENZAL (2012), director general de EGEDA, señala que este fenómeno puede entenderse como un “espacio de desintermediación”, donde el acceso a películas y series se produce de manera directa, sin intermediarios como los videoclubs o las cadenas tradicionales. Esto ofrece al espectador un “catálogo a la carta”, que facilita la visualización de contenido audiovisuales, pero también pone en riesgo la desaparición de los canales clásicos de distribución.

No obstante, este modelo de catálogo no resulta atractivo para todos los públicos, lo que ha llevado a una fragmentación de las audiencias. Esta división ha impulsado la aparición continua de nuevas formas de consumo, como a la obligación de mantener el sistema tradicional de ventas de explotación.

La irrupción de estas nuevas ventanas de explotación ha planteado la necesidad de adaptar la legislación sobre derechos de autor para proteger los intereses de los creadores y de la industria. En este epígrafe, abordaremos la entrada de las nuevas ventanas de explotación audiovisual en el mercado y cómo estas han influido en el ciclo jurídico que se aplica desde hace años.

4.1. Plataformas de streaming

El cambio dentro del sector de las telecomunicaciones e Internet, debido al desarrollo de dispositivos móviles, *smartphones* y aparatos inteligentes, es innegable. También es correcto afirmar que el cine siempre ha seguido las directrices marcadas por la tecnología: el technicolor, los nuevos aparatos de escucha y sonido, la adaptabilidad a la demanda de los medios de comunicación, etc. Todo esto se traduce en una nueva oferta adaptada a este consumo audiovisual móvil.

Por consiguiente, la globalización que ha supuesto Internet ha provocado una mayor oferta de contenidos audiovisuales, más allá de la televisión tradicional. Esta diversificación se refleja en una creciente cantidad de plataformas, cada una con catálogos específicos dirigidos a nichos de mercado cada vez más diversificados. MATEI (2020) define este fenómeno de proliferación de plataformas y medios de consumo como las “*Streaming Wars*”: un escenario en el que, aunque existe competencia entre marcas, también hay cooperación para desbancar a las antiguas ventanas de explotación y priorizar al usuario por encima del resto.

Las plataformas *Over-The-Top* (OTT) son servicios que distribuyen contenido, principalmente audiovisual, a través de Internet, sin depender de los canales de distribución tradicionales como la televisión abierta o por suscripción. Estos servicios difunden contenidos generados por terceros a través de Internet y hacia los dispositivos fijos de los usuarios, utilizando la red de operadores para transmitir (es decir, emplean el Internet de otras operadoras para

transmitir su contenido, sin que ellas tengan que aportar incentivos en telecomunicaciones) (ALBÚJAR, 2014).

Que las plataformas OTT estén al alcance de todo el mundo ha provocado que cualquiera con acceso a Internet pueda reproducir contenido audiovisual vía streaming, y permiten acceder a los contenidos disponibles en la plataforma o bajo demanda del usuario, siempre que se disponga de un dispositivo compatible con acceso a Internet, lo que ha supuesto la creación de las plataformas *Video On Demand* (en adelante, VOD).

No se trata únicamente de un tipo de distribución utilizado por grandes multinacionales; cualquier empresa o creador de contenidos puede hacer uso de un servicio VOD. Por ejemplo, aquellos que suben videos a YouTube también utilizan este modelo. Los requisitos que exigen este tipo de plataformas incluyen, en muchos casos, la exclusividad en la distribución de la grabación o de la obra, o el pago de royalties en función del éxito obtenido.

IRASTROZA (2023)³² enumera los diferentes modelos que se rigen bajo esta nueva manera de consumir contenido:

1. Plataformas de financiación a través de publicidad (*Advertising Video On Demand*, en adelante AVOD): YouTube, Facebook y X (antes conocido como Twitter).
2. Plataformas de pago por contenido específico (*Transactional Video On Demand*, en adelante TVOD): en este caso, el usuario paga únicamente por los derechos de visionado de un contenido concreto. Un ejemplo característico es Rakuten.
3. Plataformas de acceso anticipado a contenido premium (*Push Video On Demand*, PVOD): este servicio permite el acceso a contenidos premium mediante el pago de una tarifa única³³.
4. El último método de VOD y el más relevante en la actualidad es el *Subscription Video On Demand* (en adelante SVOD). Este modelo engloba las plataformas más conocidas,

³² Para una mayor claridad y comprensión, se incluye en el **Anexo A de Contenidos** la **Imagen 5**, que detalla las principales plataformas de streaming y las modalidades contemporáneas de explotación audiovisual, alineadas con las definiciones expuestas a continuación. El objetivo de esta exposición es identificar las plataformas más consumidas y relacionarlas con las distintas formas de emisión de contenido, según las categorías y definiciones establecidas.

³³ Un ejemplo de este modelo es la película *Super Mario Bros*, estrenada el 4 de abril de 2023, que llegó a PVOD 41 días después de su estreno en cines, y recaudó 75 millones de dólares en este formato.

las que vienen a la mente de inmediato cuando se piensa en “plataformas audiovisuales”. El ejemplo más claro, y que se utilizará a lo largo de este apartado para analizar los modelos de distribución y los ejercicios contractuales que conllevan, es Netflix.

En muchas ocasiones, las propias plataformas de streaming asumen el rol de productoras de las obras. Retomando el ejemplo de Netflix, esta plataforma nació en 1997 como una empresa de distribución de DVD por correo. Más tarde, en 2011, se transformó en una plataforma destinada a la transmisión de películas en streaming, revolucionando la industria del entretenimiento y la manera en que se consume contenido audiovisual.

Netflix introdujo el deseo de inmediatez en los usuarios gracias a su amplio catálogo y a su innovadora forma de difundir contenido: publicaban temporadas completas de series de una sola vez. Esto provocaba que los espectadores dedicaran tardes enteras a ver una temporada completa³⁴, suceso que hasta ese momento no había sido concebido.

Actualmente, la plataforma produce y distribuye series y películas originales basándose en las elecciones y preferencias de los usuarios, enfocándose en contenidos que generan un impacto positivo a corto plazo. Tal y como describe BERNSTEIN (2020, p. 4), este modelo ha favorecido la creación de contenidos adaptados a un ritmo de consumo rápido y eficiente.

En aquellos supuestos en los que las plataformas audiovisuales no tengan claro si desean apostar por la compra de determinados derechos, se ejerce el denominado derecho de opción en exclusiva. Este contrato permite que una de las partes, el concedente de la opción (en este caso, el productor), atribuya a la otra parte, la beneficiaria de la opción (la plataforma audiovisual), un derecho durante un periodo de tiempo determinado para que esta pueda, unilateralmente y por su sola voluntad, poner en vigor el contrato pactado, habitualmente de compra de derechos (CAÑIZARES, 2022).

³⁴ Este fenómeno se conoce como *binge-watching*: el lanzamiento de temporadas completas de series por parte de plataformas que concluyen sus episodios en momentos de alta tensión, generando en el espectador la necesidad de seguir consumiendo el contenido hasta finalizarlo. Netflix es uno de los principales impulsores de la producción de series que incorporan estas características (MARTÍNEZ SERRANO, GAVILAN, MARTÍNEZ-NAVARRO, 2023).

El período de la opción suele oscilar entre los 12 y 18 meses, y durante este tiempo, únicamente la plataforma audiovisual con la que se ha firmado tiene la posibilidad de ejercitar este derecho y adquirir los derechos de explotación. Si, transcurrido este tiempo, no se ha conseguido la financiación necesaria para llevar a cabo el proyecto, el contrato de opción puede prever una prórroga adicional de 6 meses, en la que se pacta también el precio definitivo para la adquisición completa de los derechos de distribución. Durante este periodo de exclusividad, la plataforma invierte una cantidad mínima (menos que el precio que cuesta una licencia) pero asegura que nadie más pueda adquirir los derechos.

Cabe destacar que, en numerosas ocasiones, determinadas productoras, directores o marcas prefieren colaborar exclusivamente con ciertas plataformas de streaming, dejando constancia de ello en los contratos. Un ejemplo claro es el caso del Universo Cinematográfico de Marvel y su relación con Disney+. En 2009, Disney adquirió Marvel Studios por 4.000 millones de dólares, lo que permitió la creación de algunas de las películas más taquilleras de la historia, como *Los Vengadores* y *Guardianes de la Galaxia* (GONZÁLEZ, 2022). Por este motivo, las películas de Marvel solo pueden ser distribuidas a través de Disney+.

Sin embargo, un caso peculiar, y el porqué de la elección de este ejemplo, se encuentra dentro del mismo universo cinematográfico: el caso de las películas de *Spider-Man*. Aunque pertenecen al estudio Marvel, no comparten la misma plataforma de distribución debido a que los derechos de las películas de *Spider-Man* siempre han pertenecido a Sony Pictures.

En 2014, Sony inició conversaciones con Disney para reintegrar a *Spider-Man* dentro del Universo Cinematográfico de Marvel. Durante el acuerdo inicial, Sony se quedaba con el 95% de los ingresos generados por las películas, mientras que Disney obtenía el 5% restante y asumía únicamente el rol de productora. Sin embargo, al rechazar Sony una oferta de Disney para repartir los beneficios al 50%, el acuerdo entre ambas compañías finalizó. Disney no pudo hacer nada frente a la eliminación de las películas de *Spider-man* dentro de su plataforma debido a que no ostentaban ningún derecho de propiedad intelectual³⁵. A partir de entonces,

³⁵ En relación con este conflicto, Sony Pictures publicó en 2014 una serie de tweets en los que dejaron claro que Disney no poseía los derechos de propiedad intelectual necesarios para poner a disposición del público el contenido relacionado con *Spider-Man*. Fuente: <https://x.com/SonyPictures/status/1164036829428850688>. [Consulta en: noviembre 2024]

Sony comenzó a distribuir sus contenidos en otras plataformas como Movistar+, Netflix y Max (ZAGACETA, 2022).

Debido al crecimiento de las plataformas audiovisuales en España, ha sido necesario actualizar las regulaciones que las rigen. Un ejemplo destacado es la reciente reforma de la Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA), que introduce nuevas obligaciones para las plataformas de *streaming* y los servicios VOD.

Anteriormente, la regulación solo se aplicaba a las ventanas clásicas de explotación, pero con esta reforma se ha extendido también a los servicios VOD, que antes no estaban regulados. Sin embargo, su implementación resulta más compleja de lo que parece.

Este marco regulatorio se diseñó conforme a la Directiva de Comercio Electrónico³⁶ para evitar incoherencias entre las normativas europeas y nacionales. Como consecuencia, estas plataformas no están obligadas a cumplir con la legislación española a menos que la normativa del país de origen así lo disponga. Esta establece que las plataformas con sede en otro país europeo, pero que operen en España, podrían estar sujetas a la legislación de su país de origen, incluso aunque presten servicios en territorio español.

Volviendo al ejemplo de Netflix, esta plataforma audiovisual tiene su sede europea en Irlanda. Esto implica que las cuestiones relacionadas con el comercio electrónico deben regirse por las regulaciones irlandesas. Asimismo, los temas audiovisuales también quedan bajo la jurisdicción de Irlanda, asegurando que ambos aspectos sean gestionados de manera uniforme por el mismo país.

Esto también afecta directamente al catálogo disponible en cada país y a las diferencias de contenido entre plataformas. Las restricciones geográficas limitan la posibilidad de consolidar un modelo de distribución verdaderamente global, que en teoría se había planteado como una alternativa para contrarrestar la monopolización de los países y estados sobre los contenidos televisivos que producían.

³⁶ Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico).

Para finalizar este apartado, abordaremos el dilema que plantean las plataformas de streaming respecto a la remuneración equitativa e irrenunciable que corresponde a los artistas por el uso de fonogramas o su reproducción en grabaciones audiovisuales, como películas u otras obras cinematográficas.

Este supuesto lo encontramos en la Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea de Atresmedia del 18 de noviembre de 2020³⁷. En dicha sentencia, Atresmedia realiza actos de comunicación pública de fonogramas publicados con fines comerciales (o al menos reproducciones de estos), a través de su cadena televisiva.

Lo que generaba controversia en este fallo era determinar si la comunicación pública de estas grabaciones audiovisuales (que incluyen una obra audiovisual) y la reproducción de fonogramas generaban la obligación de pagar una remuneración equitativa y única por el uso del fonograma (aparte del que ya se paga de acuerdo con el artículo 122 LPI).

El TJUE concluyó que las grabaciones audiovisuales que contienen la fijación de una obra audiovisual, y que incluyen un fonograma o una reproducción de este, están exentas de pagar dicha remuneración. Se interpretó que este uso corresponde a una sincronización y no a un fonograma aislado, tanto en la emisión por cadena como en la puesta a disposición de contenidos en plataformas de streaming o videos bajo demanda. La justificación de esta decisión se encuentra en el artículo 108 de la LPI el cual establece que los derechos sobre fonogramas aislados no se ven perjudicados por la falta de remuneración cuando estos son parte de una obra audiovisual.

Esta sentencia es una prueba de que la legislación y jurisdicción española debe reinventarse y estudiar todos los posibles escenarios que provoca la llegada las nuevas plataformas de streaming.

A lo largo de este apartado hemos analizado cómo, en las modalidades modernas de explotación, la cesión de derechos no logra proteger de manera suficiente las obras de los

³⁷ STJUE 18 de noviembre de 2020, ATRESMEDIA, C-147/19, EU:C:2020:935

autores. Por este motivo, se han desarrollado nuevas formas de utilización de las obras que no requieren la cesión exclusiva de los derechos, como se abordará en el siguiente apartado.

4.2. Las licencias de uso como sustituto a la cesión de derechos convencional

Sin embargo, la digitalización y la intención de los autores de que su contenido llegue al máximo número de personas ha provocado que no quieran conceder cierta exclusividad a ninguna plataforma. Las grandes productoras y distribuidoras poseen el incentivo monetario suficiente para decidir el modelo de distribución que se adapta al proyecto. Para aquellos que se sentían inseguros respecto a la cesión de derechos se crearon las denominadas licencias de explotación.

Las licencias de explotación son aquellas donde el autor transmite de forma total o parcial parte de sus derechos patrimoniales a un tercero para que pueda explotarlos económicamente. Pueden otorgarse durante un periodo definido o indefinido y de forma gratuita o remunerada (LOPEZ-TARRUELLA, 2007, p. 82).

Se trata de un sistema de transmisión mucho más sencillo que la cesión de derechos, ya que se rige por las legislaciones nacionales, lo que lo hace más flexible en comparación con los convenios internacionales. Además, estas licencias están reguladas por el derecho general de contratación y no siguen las normas específicas de la cesión tradicional. Por esta razón, las licencias solo son revocables en casos de incumplimiento contractual o cuando la licencia ya haya sido completamente ejecutada.

Por ello, la mayoría de las licencias suelen ser parciales, específicas y no exclusivas, dado que los autores buscan proteger sus obras de explotaciones masivas, como las que suelen ocurrir con aquellas obras bajo cesión de derechos.

El proyecto de Creative Commons nació en 1998 como reacción a la promulgación de una ley en Estados Unidos llamada “*Sonny Bono Copyright Term Extension Act*”. Esta ley ampliaba el

plazo de protección de las obras intelectuales de 50 años después de la muerte del autor a 70 años (CREATIVE COMMONS ORGANIZATION, 2020)³⁸.

Dicha legislación generó respuestas por parte de quienes defendían el interés público frente al interés privado de las obras. Este sector de la doctrina³⁹ sostiene que las obras artísticas se crean para contribuir a la evolución cultural y deben poder ser utilizadas libremente por la sociedad al pasar al dominio público. Entre estas opiniones destaca la de PRIETO, 2019, que considera a la propiedad intelectual en numerosas ocasiones un monopolio económico y que las obras son partidarias de inter general y no individual. Según esta visión, la propiedad intelectual de las obras no debería ser más que una excepción temporal al dominio público, ya que este fomenta la creación de nuevo conocimiento y obras culturales.

Lawrence Lessig era partidario de esta idea de que el dominio público favorece la creación de nuevas obras y que el contenido cultural pertenecía al pueblo y no era motivo de lucro de los editores, ni de las empresas que adquirirían los derechos.

Por ello, Lessig, junto con otros académicos y expertos en nuevas tecnologías, creó una organización sin ánimo de lucro denominada Creative Commons, cuyo objetivo era conceder licencias de derechos de autor sin requerir una cesión total que supusiera el inicio del cómputo de explotación hasta su paso al dominio público. Además, fomentaba que los autores e inventores disfrutaran durante un tiempo limitado del derecho exclusivo sobre sus respectivos escritos y descubrimientos.

El proyecto Creative Commons llegó a España en 2003 gracias a la Universidad de Barcelona, que buscaba un sistema para publicar el material del profesorado. Las licencias estuvieron disponibles y adaptadas a la legislación española a partir de octubre de 2004 (LABASTIDA, 2006).

³⁸ Esta información esta extraída de una aportación que escribe la organización de Creative Commons para educadores y bibliotecarios. Enlace: <https://libraryfiles.ihu.edu.tr/docs/e-books/E0000435.pdf>. [Consulta en: diciembre 2024].

³⁹ También encontramos a otros autores que reniegan que el dominio público favorezca la cultura y el desarrollo de creación de obras (TOLEDANO, 2017). Según Toledano, las empresas pueden sacar rendimiento económico del dominio público y utilizarlos únicamente con objetivos monetarios y no culturales. De la misma manera, el dominio público no garantiza un acceso más fácil a las obras, ya que existe una esfera mercantilizada que no favorece este acceso a aquellos que no pueden pagar.

Para regular los derechos de propiedad intelectual, las licencias deben contemplar dos aspectos relevantes:

- Reconocimiento de la autoría: En el Estado español, las licencias solo pueden ser utilizadas por los autores respecto de sus propias obras. Se exige el reconocimiento del autor de la obra (art. 14.3 LPI), lo que incluye el ejercicio de los derechos morales del autor, como la atribución de la obra a sí mismo y la decisión sobre su divulgación (art. 14.2 LPI). Esto permite a los autores decidir si desean hacer pública su obra y bajo qué condiciones desean ejercer sus derechos a través de licencias.
- Cesión de derechos de explotación: Esto incluye la reproducción (art. 18 LPI), distribución (art. 19 LPI) y comunicación pública (art. 20 LPI). Las licencias contemplan todas las modalidades de explotación, al igual que las cesiones de derechos.

Las licencias contrarias a la LPI no son válidas; por ejemplo, no se aprobarán licencias que vulneren los derechos de los autores, las que se concedan sobre obras plagiadas o aquellas ya en dominio público.

Al no ser las licencias Creative Commons exclusivas, el autor puede otorgar múltiples licencias sobre la misma obra, aunque bajo diferentes condiciones. En el caso de obras audiovisuales, esto podría implicar que un autor de una obra literaria conceda licencias específicas adaptadas a diferentes usos, medios o distribuidores, durante un periodo determinado⁴⁰.

Por ejemplo, un escritor podría otorgar una licencia de explotación a una productora que, a su vez, coproduzca con una cadena televisiva una serie basada en su obra. Si los guiones se escriben, pero la serie nunca llega a materializarse, una vez transcurrido el periodo establecido dentro del contrato de licencia para el ejercicio de la explotación de la obra, el autor tendría la posibilidad de conceder una nueva licencia a otra productora. Para esta decisión, se basaría en la finalización del plazo y el incumplimiento contractual.

⁴⁰ En el **Anexo A de Contenido** se adjunta la Imagen 6, donde se aporta un cronograma recapitulativo de los tiempos de duración de una obra en las diferentes ventanas de explotación y el tiempo medio por el que se conceden licencias.

En caso de que la serie se materializara, la licencia de explotación se ejecutaría, pero sería necesario establecer nuevos contratos entre el escritor y la productora para regular aspectos adicionales, como la distribución de la obra y el uso de los personajes y la trama creados.

Actualmente, el mercado donde más se extiende las licencias de explotación es en la televisión, ya que el contenido es mucho más efímero y no requiere de un ejercicio de los derechos patrimoniales que perdurará en el tiempo. Así, en el siguiente epígrafe se abordarán los nuevos métodos televisivos y como adquieren derechos de cara a la emisión de contenidos.

4.3. Las distintas formas de demanda de contenido en la televisión moderna

Para contextualizar este epígrafe, resulta necesario recapitular lo expuesto en el apartado 3.4 de este trabajo. Antes de la aparición de los canales de pago en la televisión, predominaba el denominado “video comunitario”. Este sistema, aún concebido como analógico, se basaba en el uso de una antena colectiva de televisión desde la cual se desviaba la señal hacia los receptores de los usuarios. A partir de este modelo inicial, surgieron nuevas definiciones jurídicas de comunicación pública, la ya comentada retransmisión (con aplicabilidad en sentencias como TELEFÓNICA v. EGEDA), y la aplicación de la comunicación pública vía satélite.

Como se ha señalado anteriormente, la distinción establecida en este trabajo entre ventanas clásicas y modernas radica en el pago por contenido específico frente al pago por acceso a canales que programaban contenidos para su emisión diaria.

Los canales de pago y las plataformas de streaming comparten características que los convierten en ventanas modernas afines, ya que ambos modelos surgen y se popularizan en una etapa similar. Sin embargo, lo que marca la distinción entre ambos es la personalización en la selección de contenidos por parte del usuario. Por ello, parece más acertado posicionar a los canales de pago televisivos convencionales dentro de las ventanas clásicas, dejando a las figuras que se analizarán a continuación en este epígrafe como representativas de las ventanas modernas.

Tras la llegada del video comunitario, y las primeras apariciones de canales de pago, se introdujo la Televisión Digital Terrestre (en adelante, TDT), que marcó el inicio del proceso de digitalización de las televisiones. En un primer momento, esta tecnología seguía siendo

analógica y dependía de aparatos conectados directamente al televisor. Una de las principales características de la TDT radica en el proceso técnico que transforma las señales tradicionales en contenido audiovisual digital. Esto permite unificar las distintas formas de transmisión existentes —como el cable, satélite, línea telefónica u ondas hertzianas— en un sistema de digitalización general (BUSTAMANTE, 2008).

Con la llegada de nuevas formas de comunicación en el sector televisivo, las leyes que hasta ese momento regulaban este ámbito han tenido que adaptarse. Inicialmente, la Ley 46/1983, del Tercer Canal de Televisión, regulaba exclusivamente la oferta televisiva estatal y económica, enfocándose solo en las televisiones gratuitas y considerando la radiodifusión como un servicio público bajo la titularidad del Estado.

No fue hasta 2010, con la aprobación de la primera versión de la LGCA, cuando se amplió la regulación para incluir a los operadores privados de televisión, algunos de los cuales podían operar bajo el régimen estatal (GARCÍA, 2010). La última reforma de la LGCA modifica la Ley 8/2009 para asegurar que la financiación de RTVE provenga de todos los agentes del mercado audiovisual, excluyendo a los operadores de telecomunicaciones. Así, prestadores de servicios de televisión lineales, a petición y plataformas de intercambio de vídeos, tanto dentro como fuera de España, deberán contribuir al financiamiento de RTVE si dirigen sus servicios al público español (PINA y MARZO, 2022).

Se puede concluir que el impacto de la TDT y la Televisión Digital por Cable, en palabras de CASTRILLO, ESTUPIÑÁN y GARCÍA (2011, p.4), constituye *“el resultado de la digitalización de la señal de televisión para transmitirla a través de redes de cable coaxial o analógico, de cable híbrido o de fibra óptica”*. El impacto de la digitalización fue decisivo a la hora de reinventar el sector televisivo audiovisual. Todo este avance llevó a la ampliación significativa de la oferta de canales y acercó a la televisión por cable a las plataformas de video bajo demanda, alejándose del concepto tradicional de televisión.

Entre las modalidades derivadas de este avance se encuentra el modelo de *Pay-per-view* (en adelante, PPV). Este sistema permite a los usuarios acceder a contenidos específicos, como películas, programas o eventos, en horarios prefijados, mediante el pago de una tarifa puntual, sin necesidad de comprometerse a una suscripción completa. En la actualidad, el PPV es utilizado principalmente para eventos deportivos, como combates de boxeo, peleas de la *Ultimate Fighting Championship* (UFC), conciertos o estrenos cinematográficos.

El PPV funciona como una retransmisión de un contenido previamente emitido por un canal principal. Por ejemplo, las peleas de la UFC son transmitidas inicialmente por una cadena estadounidense que posee los derechos exclusivos tanto de la emisión como de los contenidos de la empresa deportiva. Para su difusión en otros territorios, las licencias de explotación⁴¹ correspondientes son concedidas a canales nacionales, permitiendo que el contenido se transmita simultáneamente en distintas regiones. Esta sincronización horaria es una de las características fundamentales del modelo PPV.

Se trataría de la misma dinámica que en el conflicto TELEFÓNICA vs. EGEDA. En este supuesto los derechos de remuneración se atribuyeron a la cadena estadounidense original y no a los canales nacionales encargados de la retransmisión. En este contexto, los canales nacionales actúan como meros receptores que realizan una segunda comunicación pública del contenido, frecuentemente utilizando tecnología satelital para la retransmisión.

Los canales de pago, como Canal +, no realizan retransmisiones, sino emisiones directas. Esto significa que los derechos de remuneración asociados a dichas emisiones les pertenecen directamente, ya que adquieren los contenidos directamente de los productores o distribuidores, y no de una primera entidad emisora. En este caso, estos canales obtienen licencias específicas para incluir los contenidos en su "parrilla" de programación, asegurando así que las emisiones se ajusten a sus intereses y estrategia comercial, y consolidando su posición como emisores originales del contenido en cuestión.

También se pueden presentar casos en los que retransmisiones realizadas por canales nacionales de pago o plataformas de VOD sean grabadas por un tercero, quien decide capturar la pantalla y subir el contenido a TikTok, permitiendo a sus seguidores acceder gratuitamente al video. Este acto constituye un enriquecimiento injusto, ya que dicha persona se beneficia de un contenido protegido sin autorización.

En este contexto, la plataforma, como TikTok, tiene una responsabilidad directa, ya que facilita la retransmisión no autorizada. Sin embargo, la vulneración recae principalmente sobre la

⁴¹ En este tipo de casos, se conceden licencias en vez de cesión de derechos debido a la no exclusividad que existe al retransmitirse en diferentes cadenas nacionales de cada país.

entidad de radiodifusión, que es la legítima titular de los derechos y quien, de acuerdo con el artículo 73.4 LPI, tendría la facultad de presentar una reclamación.

Si La Liga ha cedido sus derechos de comunicación pública a una entidad de gestión colectiva (como EGEDA o SGAE) esta entidad es la única autorizada para otorgar licencias de comunicación pública, incluyendo las realizadas en plataformas en línea como TikTok. Por tanto, el individuo que retransmite el partido sin permiso está infringiendo la ley si no dispone de autorización. El uso comercial y la transmisión pública de estos eventos están protegidos bajo los derechos de autor y los acuerdos de licencia, y para poder hacer cualquier tipo de retransmisión se deben solicitar los derechos o licencias de explotación.

Por otro lado, las plataformas en línea, como TikTok, deben garantizar el cumplimiento de las licencias negociadas con estas entidades de gestión para no facilitar la infracción de derechos. Estas licencias incluyen el repertorio de las obras protegidas por las entidades mandantes, que deben respetarse en cualquier tipo de uso o retransmisión (artículo 173.3 LPI).

Partiendo de este enfoque, resulta innegable que las plataformas de streaming, las redes sociales y los nuevos métodos de distribución han incrementado significativamente la dificultad de mantener un control absoluto sobre las obras protegidas. De manera indirecta, el surgimiento de un mayor número de vías para acceder y consumir contenido audiovisual también ha dado lugar a un incremento proporcional en las posibilidades de vulnerar los derechos de propiedad intelectual asociados a dichas obras.

Por ende, este epígrafe puede concluir con la idea de que, a pesar de que los canales de televisión han logrado adaptarse a las nuevas demandas de los usuarios, el acercamiento entre la televisión y las plataformas de streaming puede dar lugar, según el criterio de quien suscribe, a que ambas ventanas acaben fusionándose, lo que llevaría a una gradual desaparición de las diferencias entre ambas y de la capacidad de decisión del consumidor.

5. Conclusiones

A lo largo de este análisis se ha podido constatar un cambio fundamental en la industria del entretenimiento y los medios de comunicación en comparación con años anteriores. A continuación, se enumeran las principales conclusiones obtenidas, destacando los puntos clave abordados en relación con este aspecto.

PRIMERA.- La innegable presencia de las ventanas clásicas de explotación es esencial para crear una cadena de cesión coherente desde la fase de preproducción de la obra audiovisual. La cesión de derechos a un primer distribuidor, que se encargue de establecer una línea cronológica que contemple una primera cesión al exhibidor y, posteriormente, a plataformas de streaming o cadenas de televisión de pago, permitirá maximizar el rendimiento económico de la obra.

Además, esta estrategia garantizará que la cesión de derechos se realice en favor de determinadas figuras y para funciones específicas, en lugar de una cesión generalizada. La organización secuencial de las cesiones de derechos asegura un control más preciso sobre el uso de la obra.

SEGUNDA.- Como se ha observado a lo largo del trabajo, persiste una clara superioridad jerárquica del productor sobre los autores de la obra audiovisual, quienes solo cuentan con la protección de los derechos morales y los derechos de remuneración frente a los derechos de explotación que han sido concedidos al productor.

En aquellos casos en los que el director es también productor, no suelen surgir conflictos; sin embargo, es en las producciones independientes donde se evidencia este abuso de poder, el cual debería ser contrarrestado mediante regulaciones nacionales que protejan a los autores y eviten el enriquecimiento injusto a costa de su trabajo.

TERCERA.- A pesar de la adaptabilidad de la legislación española a las nuevas formas de explotación y distribución audiovisual, es innegable señalar la adaptación tardía de nuestro sistema jurídico en comparación con otras potencias audiovisuales. Se requiere una respuesta más rápida frente a los inminentes cambios y una jurisprudencia más clara respecto a los conflictos dentro del sector audiovisual.

CUARTA.- Fomentar el consumo responsable de contenido legal mediante la concienciación social sobre el perjuicio que la piratería causa a los autores. A su vez, se sugiere que las plataformas legales adopten iniciativas que faciliten el acceso universal, como planes de suscripción más económicos, ofertas promocionales o disponibilidad de determinados títulos de forma gratuita. De esta manera, se protege a los creadores, se reduce el impacto negativo que sufren debido a la piratería y se evita el enriquecimiento por parte de plataformas ilegales.

QUINTA.- Participación por parte de los Estados en el sustento de las antiguas ventanas de explotación con el objetivo de evitar su desaparición y, por ende, la transformación de la cadena de derechos en un modelo liderado exclusivamente por las plataformas de streaming. Se propone, además, la promoción de bonos culturales accesibles para toda la población, que fomenten la asistencia a cines, la creación de visionados gratuitos o la subvención para la compra de formatos físicos de obras cinematográficas.

Referencias bibliográficas

Bibliografía básica

ALBÚJAR VILLARRUBIA, M. «Las plataformas OTT para la distribución de contenidos audiovisuales: ¿una amenaza para el duopolio de la televisión en abierto en España?». *Quaderns del CAC*. 2016, vol. XIX, núm. 42, p. 21-28. [consulta: noviembre 2024], ISSN (electrónico): 2014-2242. Disponible: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5624384/2.pdf>

BAZIN, A. *¿Qué es el cine?* 6ª ed. Madrid: Ediciones Rialp, S.A, 2004.

BEAUREGARD, L. «Scarlett Johansson demanda a Disney por el estreno de ‘Viuda Negra’ en su plataforma digital». *El País*. 29 de julio de 2021. Disponible en: <https://elpais.com/cultura/2021-07-29/scarlett-johansson-demanda-a-disney-por-el-estreno-de-viuda-negra.html>

BECEIRO RIBELO, S. «El nacimiento de la televisión digital de pago por satélite en España». *Trípodos*. 2010, número 26, 133-148. [consulta: diciembre 2024]. Este trabajo ha sido realizado en el ámbito y con la ayuda del proyecto “Cultura, Sociedad y Televisión en España”. Ministerio de Ciencia e Innovación. Proyecto Nacional de I + D + I (2007-2009). ISSN 2006/03962/001. Disponible en: <https://e-archivo.uc3m.es/rest/api/core/bitstreams/42354fa6-ab21-41e9-a94c-90d52ea102fa/content>

BENZAL, M.A «Industria audiovisual y mercados digitales» *Revista cuatrimestral de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales*, 2012, núm. 78, págs. 39-56 [consulta: noviembre 2024], ISSN: 1889-7045. Disponible en: <https://revistas.comillas.edu/index.php/revistaicade/article/view/225>

BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R. «La obra», pg. 53-81, *Manual de propiedad intelectual*. Valencia: Tirant lo Blanch, 9ª ed., 2019.

BUSTAMANTE RAMÍREZ, E. «La televisión digital terrestre en España. Por un sistema televisivo de futuro acorde con una democracia de calidad». págs. 27-119. En FRANQUET, R, GARCÍA LEIVA, Mª. T., LÓPEZ GARCÍA, X., PEREIRA FARIÑA, X (coord.). *Alternativas en los medios de*

comunicación digitales: televisión radio, prensa, revistas culturales y calidad de la democracia. 1ª ed. Gedisa: Barcelona, 2008.

CABALLENAS DE LAS CUEVAS, G. «Las obras cinematográficas y otras obras audiovisuales» *Revista Iberoamericana de la Propiedad Intelectual*, 2014, núm. 4, págs. 239-327 [consulta: septiembre 2024], ISSN-e 2422-569X. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9141952>

CAPARRÓS LERA, J.M. «Historia crítica del cine norteamericano», [Traducción: Martin Van Der Neut]. *Ciclo de cine clásico norteamericano del El Institut d'Estudis Nord-americans (IEN) y la Universitat de Barcelona (UB)*. Barcelona, 2012-2013.

CASTIÑEIRA, M., ROBLES, R. «¿Cómo absolver a los "top manta"? (panorama jurisprudencial)» *Revista Para Análisis Del Derecho*, 2008, núm. 2, p. 1-15 [consulta noviembre 2024]. Disponible en: <https://raco.cat/index.php/InDret/article/view/78590>.

CURTO POLO, M. «El contrato de exhibición cinematográfica o contrato de alquiler de film». págs. 1042-1076. En *Contratos Mercantiles*, coord. CALZADA CONDE, M., BARRIO PÉREZ, Á., BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, A. 6ª ed. Vol. 2, Tomo II. Madrid: Aranzadi, 2017.

DIEGO GONZÁLEZ, P. «La figura del productor de ficción en televisión». *Comunicación y Sociedad*, 2005, vol. XVIII, núm. 1, pp. 9-29. [consulta: enero 2025]. ISSN 0214-0039. Disponible en: <https://dspace.unav.es/xmlui/handle/10171/1234>.

ÉCIJA BERNAL, H., SÁNCHEZ-BLEDA GARCÍA, P., VIÑUELA NORVERTO, M. y ECIJA Y ASOCIADOS ABOGADOS. *Como producir, distribuir y financiar una obra audiovisual*. 1ª ed. Madrid: Grupo ExportFilm, 2000.

ESPINEL, J. «¿Qué porcentaje de españoles no van nunca al cine?». *Producción audiovisual*. 26 de febrero de 2023. Disponible en: <https://produccionaudiovisual.com/produccion-cine/perfil-audiencia-salas-cine-espana/>

GARCÍA GUARDIA, M.ª. L., CASTRILLO, D., ESTUPIÑÁN, O. «El impacto del vídeo on-line en la industria de televisión de pago en España». *Derecom: Revista Internacional de Derecho de la Comunicación y las Nuevas Tecnologías*. septiembre - noviembre 2010, núm. 7, 1-13, [consulta: octubre 2024], ISSN: e 1988-2629. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3734547>

GARCÍA SEDANO, T. «Análisis del criterio de originalidad para la tutela de la obra en el contexto de la Ley de propiedad intelectual», *Anuario jurídico y económico escurialense*, 2016, n.º. 49, pg. 251-274, [consulta: octubre 2024]. ISSN: 1133-3677. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5461255.pdf>

GARCÍA-GUARDIA MARÍA LUISA. «Historia y transformación de la televisión de pago en España. Un recorrido tecnológico desde el vídeo comunitario hasta el vídeo online». *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 2012, vol. IV, núm. 117, págs. 91-110, [consulta: noviembre 2024], ISSN: 1575-2844 · Disponible en: <http://dx.doi.org/10.15178/va.2011.117.91-110>

GONZÁLEZ GONZALO, A. *La propiedad intelectual sobre la obra audiovisual*. 1ª ed. Granada: Comares, 2001.

GUBERN, R. *Historia del cine*, 1ª ed. Barcelona: Editorial Anagrama, 2016.

GUBERN, R. *Historia del cine*, 8ª ed. Barcelona: Editorial Lumen, S.A, 2001.

GUICHOT REINA, E. «Introducción a la reforma y ámbito de aplicación de la LGCA». *La Administración al día*. 28 de julio de 2023. Disponible en: <https://laadministracionaldia.inap.es/noticia.asp?id=1514182>

GUTIÉRREZ GARCÍA, E. «El concepto de obra audiovisual en el Derecho español» *Revista Internacional de Derecho de la Comunicación y de las Nuevas Tecnologías, Nueva Época*, septiembre 2020 - marzo 2021, núm. 29, p. 161-185, [consulta: septiembre 2024]. ISSN: 1988-2629. Disponible en: <http://www.derecom.com/derecom/>

IZQUIERDO-CASTILLO, J. y LATORRE-LÁZARO, T., 2021. «Presencia y liderazgo de la mujer en el audiovisual: el impacto de las plataformas streaming/Presence and leadership of women in media: the impact of the streaming platforms». *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 2021, vol. 27, no. 3, ISSN 1134-1629, [consulta: octubre 2024]. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/72877>

KASSAVETI, U.H. «We consume to forget; we collect to believe”: Resistance, nostalgia, and VHS technologies in 21st century Greek video cultures» *Studies in Communication Sciences*, 2023, Vol. 23 núm. 3, 343–353. [consulta: noviembre 2024]. Disponible en: <https://www.hope.uzh.ch/scoms/article/view/3686>

KOCH, T. «El cine y las artes escénicas pierden un 40% de asistentes e ingresos desde la pandemia: solo se mantiene la música en directo». *El País*. 24 de octubre de 2023. Disponible en: <https://elpais.com/cultura/2023-10-24/el-cine-y-las-artes-escenicas-pierden-un-40-de-asistentes-e-ingresos-desde-la-pandemia-solo-se-mantiene-la-musica-en-vivo.html>

LÓPEZ RODRÍGUEZ, M.A. Derecho de transformación, obra derivada y derecho moral de integridad. Director: Victoriano Darías de las Heras. Universidad Internacional de la Rioja, Máster Universitario en Propiedad Intelectual y Derecho de las Nuevas Tecnologías. Logroño, 2021.

LÓPEZ-TARRUELLA MARTÍNEZ, A. «Las licencias de uso de bienes digitales: el difícil equilibrio entre los intereses de los titulares de los derechos y los usuarios». *Revista de la Facultad de Ciencias Sociales y jurídicas de Elche*. Marzo 2017, vol. 1, número 2, 76-102. [consulta: diciembre 2024], ISSN: 2177-7055 Disponible en: <https://rua.ua.es/dspace/handle/10045/131848>

MARCOS, M. «'Invisible': monstruos, superpoderes y un dragón para hablar del acoso escolar». *El País*. 11 de diciembre de 2024. Disponible en: https://elpais.com/television/2024-12-11/invisible-monstruos-superpoderes-y-un-dragon-para-hablar-del-acoso-escolar.html?utm_source=chatgpt.com

MARTÍNEZ-SALCEDO, J.C. «Las reproducciones provisionales y la copia privada digital como límites al derecho de reproducción –La transposición de la Directiva 2001/29/CE al derecho español–». *Opinión Jurídica*. Medellín, Colombia, 2013, Vol. 12, núm. 24, pp. 119-134 - [consulta: noviembre 2024] ISSN 1692-2530. Disponible: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4851860.pdf>

MARTÍNEZ-SERRANO, E., GAVILAN, D., MARTÍNEZ-NAVARRO, G. «Hablemos de series: Binge-watching vs. maratón. La dualidad en el consumo de episodios desde la Teoría Fundamentada». *Revista Científica de Edcomunicación*, 2023, núm. 75, vol. XXXI, 77-90 [consulta: diciembre 2024], ISSN: 1134-3478; e-ISSN: 1988-3293. Disponible: <https://www.revistacomunicar.com/pdf/75/c7506es.pdf>

MATEI, A. «Las nuevas tendencias de consumo de películas, de la segmentación a la personalización» págs. 497-510. En *El cine como reflejo de la historia, de la literatura y del arte*

en la *filmografía hispano-brasileña*. Coord. MARCOS RAMOS, M y UNIVERSIDAD DE SALAMANCA. Salamanca: Centro de Estudios Brasileños, 2019.

MATEI, A. «Streaming Wars. La nueva televisión». *Revista Mediterránea de Comunicación: Mediterranean Journal of Communication*. 2022, vol. 13, núm. 1, 457-459. [consulta: noviembre 2024]. ISSN-e 1989-872X. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=832792>

MAYORGA TOLEDANO, M. C. «El arte efímero como objeto de la propiedad intelectual. Especial referencia a los embalajes monumentales y demás instalaciones conceptuales». *Actas de derecho Industrial y derecho de Autor*, 2010-2011, vol. 31, 1ª ed., pg. 281-299.

MEDINA, M., HERRERO, M., I PORTILLA, I.: «La evolución del mercado de la televisión de pago y del perfil de los suscriptores» *Revista Latina de Comunicación Social*, Universidad de Navarra, 2019, núm. 74, p. 1761- 1780, [consulta noviembre 2024], ISSN 1138-5820. Disponible en: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1409>

MEEKS, R. «Los Simpson' estrenó un episodio exclusivo para Disney+, y no será el único. La mítica serie cambia para siempre». *Espinof*. 23 de diciembre de 2024. Disponible en: https://www.espinof.com/disney-plus/simpson-adelanta-su-posible-cambio-radical-nuevo-episodio-que-acaban-estrenar-disney-plus-no-tiene-nada-que-ver-argumento?utm_source=chatgpt.com

MIÑARRO FARIÑA, L. *Como vender una obra audiovisual: una aproximación a la distribución de contenidos audiovisuales*. 1ª ed. Barcelona: Editorial UOC, 2013.

MONZONILLO ÁLVAREZ, J.M, MENOR SENDRA J. «La televisión, entre la gratuidad y el pago. Revisiones sobre los recursos del audiovisual» *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 2010, núm. 85, 36-44, [consulta: octubre 2024], ISSN: ISSN 0213-084X. Disponible en: https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=8cDHCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA36&dq=televisión+de+pago+&ots=4Dzjw4lOtq&sig=mCbxYvLpAY-oyXPPWYRHW_-dNfM#v=onepage&q&f=false

NEWMAN, M. «Free TV: File-Sharing and the Value of Television» *Television & New Media*, 2012, vol. 13, núm. 6, págs. 463-479. [consulta: noviembre 2024]. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/1527476411421350>

NIGRA, F.G. «Las Majors de Hollywood: una aproximación a la estructura de un aparato cultural imperial». Título de la Mesa Temática: Incidencia de Estados Unidos en el mundo contemporáneo (1898-2012)" *XIV Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia de la Facultad de Filosofía y Letras*. Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, 2013.

O'CALLAGHAN MUÑOZ, X y XIOL RÍOS J. *Los derechos de propiedad intelectual en la obra audiovisual*. 1ª ed. Madrid: Dykinson, 2011.

OJER, T. Y CAPAPÉ, E. «Nuevos modelos de negocio en la distribución de contenidos audiovisuales: el caso de Netflix» *Revista Comunicación*. 2012, vol.1, núm, 10, págs. 187-200. [consulta: noviembre 2024], ISSN 1989-600X187. Disponible en: <https://revistascientificas.us.es/index.php/Comunicacion/article/view/21620/19094>

PRIETO DE PEDRO, J.J, VELASCO MAÍLLO, H.M. «Diversidad cultural y patrimonio inmaterial. Dos miradas: jurídica y antropológica». *Patrimonio cultural y derecho*, 2019, Nº 23, págs. 371-384 [consulta: septiembre 2024], ISSN 1138-3704.

PULIDO PAVÓN, N., PALMA MARTOS, L. Y AGUADO, L.F. «Derechos de autor. Enfoque económico, evolución y perspectivas». *Revista de Economía Institucional*. 2016, vol. 18, núm. 35, pg. 151–169. Disponible en: <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/ecoins/article/view/4719>

RAMOS TOLEDANO, J. «La apropiación del dominio público y las posibilidades de acceso a los bienes culturales | The appropriation of the public domain and the possibilities of access to cultural goods». *Cuadernos Electrónicos De Filosofía Del Derecho*, 2017, núm. 35, 140–156. [consulta: octubre 2024], ISSN: 1138-9877. Disponible: <https://turia.uv.es/index.php/CEFD/article/view/9896/pdf>

RIERA BARSALLO, P. «Servicios de información y derechos de autor. Implicaciones y perspectivas de futuro en el entorno digital». *Métodos de información*. 2001. Vol 8, nº 44, p. 61-65, [consulta: octubre 2024]. ISSN: 1134-2838. Disponible en: <https://cip.brapci.inf.br/download/99312>

RODRÍGUEZ MERCHÁN, E. Y FERNÁNDEZ-HOYA, GEMA «La definitiva renovación generacional (1990-2005) I». *Foro hispánico: revista hispánica de Flandes y Holanda: Miradas sobre pasado y presente en el cine español*. 2008, núm. 32, p. 23-35, [consulta: octubre 2024]. ISSN 0925-

8620. Disponible en: <https://brill.com/display/book/9789401206372/B9789401206372-s003.xml>

RODRÍGUEZ, J. «Era del 'streaming': innovación, monopolio y el futuro de la producción audiovisual». *Expansión*. 1 de marzo de 2024. Disponible en: <https://www.expansion.com/juridico/opinion/2024/03/01/65e202cfe5fdeaad498b4592.htm>
I

ROGEL VIDE, C.R, ET AL. *La duración de la propiedad intelectual y las obras en dominio público*. 1ª ed. Madrid: Editorial Reus, 2005.

ROMÁN PÉREZ, R. *Obras inéditas en dominio público y propiedad intelectual*. 1ª ed. Granada: Comares, 2023.

SAIZ GARCÍA, C. «Las obras creadas por sistemas de inteligencia artificial y su protección por el derecho de autor (AI Created Works and Their Protection Under Copyright Law)». *Indret: revista para el análisis del derecho*. 2019, vol. 1, 1-45 [consulta: diciembre 2024]. Disponible en: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3365458

SERRANO GÓMEZ, E. «Los autores. Los creadores. Otros Intervinientes», pg. 54-78, *La ley del cine y el derecho de autor*, coord. E. IGLESIAS REBOLLO, C., 1ª ed. Madrid: Editorial Reus, 2008.

TATO PLAZA, A. (2008). «La reforma de la ley de propiedad intelectual y los límites al derecho de autor: copia privada, canon digital y Press Clipping». *Jornadas sobre propiedad intelectual y derecho de autor/a*. 2007, núm. 2, p. 9-29, [consulta: noviembre 2024] ISBN: 978-84-9749-318-5. Disponible en: <https://ruc.udc.es/dspace/handle/2183/12882>

VIDAL BEROS, C. «Ley general de comunicación audiovisual española: Influencers y sustentabilidad» *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, Universidad Finis Terrae. 2023, núm. 181, p. 181-199, [consulta: octubre 2024] ISSN-e 1853-3523, ISSN 1668-0227. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8903143>

XALABARDER PLANTADA, R. «Las licencias Creative Commons: ¿una alternativa al copyright?» *UOC papers*. Marzo de 2006, núm. 2, 1-12, [consulta: octubre 2024], ISSN: 1885-1541. Disponible: <https://www.uoc.edu/uocpapers/2/dt/esp/xalabarder.pdf>

ZURIBIAUR CARREÑOS, F.J., *Historia del cine y de otros medios audiovisuales*, 2ª ed. Navarra: Ediciones Universidad de Navarra, S.A (EUNSA), 1999.

Bibliografía complementaria

«Límites a los derechos de autor», *CEDRO | Centro Español de Derechos Reprográficos*. [consulta: 12 de noviembre de 2024]. Disponible en: <https://www.cedro.org/propiedad-intelectual/limites-y-excepciones>

BLANCO LUCAS, A. «Distribución audiovisual», Universitat Oberta de Catalunya. 2012. [Noviembre 2024]. Disponible en: https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/62325/2/Marketing,%20distribución%20y%20publicidad%20audiovisual_Módulo%201_Distribución%20audiovisual.pdf

Cañizares, A. «Contrato de opción y derecho de opción». *Almacén de derecho*. 3 de julio de 2022. [consulta: octubre de 2024]. Disponible en: <https://almacenederecho.org/contrato-de-opcion-y-derecho-de-opcion>

CASTELLÓ, I. «La remuneración de los actores y actrices a través del caso Scarlett Johansson contra Disney». *Segarra en un click*. 31 de enero de 2022. [consulta: noviembre de 2024]. Disponible en: <https://www.sgrr.es/nuevas-tecnologias/remuneracion-scarlett-disney/>

CASTELLOTE, R. «Derecho de Autor vs Copyright: El caso de “La Jungla de Asfalto”» [en línea]. *¡Autor, autor!*, 3 de mayo de 2013. [consulta: 10 de octubre de 2024]. Disponible en: URL: <https://ruthcastellote.wordpress.com/2013/05/03/derecho-de-autor-vs-copyright-el-caso-de-la-jungla-de-asfalto/>

GONZÁLEZ VALENZUELA, C. «Se cumplen 13 años de la compra de Marvel, esto es todo lo que ha cambiado a Disney». *Computer Hoy*. 31 de agosto de 2022. [consulta: octubre de 2024]. Disponible en: <https://computerhoy.20minutos.es/noticias/entretenimiento/cumplen-13-anos-compra-marvel-todo-ha-cambiado-disney-1117111>

IRASTORZA, E. «Video on Demand, evolución o revolución». *OBS Business School, Universitat de Barcelona*. 2023. [consulta: octubre 2023]. Disponible en: <https://marketing.onlinebschool.es/Prensa/Informes/Informe%20OBS%20-%20VOD%202023.pdf>

Jordi Maquiavello. *LO PEOR DE STAR WARS - Parte 1* [Vídeo]. Youtube, 1 de enero de 2021 [consulta: 20 de noviembre de 2024]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=vDX3mohA7Lo>

KLIMT, M. «La especial situación de los artistas ante la reforma laboral». *Abogacía Española Consejo General*. 21 de abril de 2022. [consulta: septiembre de 2024]. Disponible en: <https://www.abogacia.es/actualidad/opinion-y-analisis/la-especial-situacion-de-los-artistas-ante-la-reforma-laboral/>

KRINGS, E. «VOD Streaming – What It Is and How It Works with OTT». *THE VIDEO EXPERTS BLOG*. 23 de septiembre de 2024. [consulta: noviembre de 2024]. Disponible en: <https://www.dacast.com/blog/vod-streaming/>

PINA, C. MARZO, J. «La nueva Ley Audiovisual en 8 claves». *Garrigues Digital*. 22 de julio de 2022. [consulta: septiembre de 2024]. Disponible en: https://www.garrigues.com/es_ES/garrigues-digital/nueva-ley-audiovisual-8-claves

VELASCO, J.J. «El “caso Betamax”, uno de los grandes procesos contra la piratería, cumple 30 años» *Hipertextual*. 20 de enero de 2014. [consulta: octubre de 2024]. Disponible en: <https://hipertextual.com/2014/01/caso-betamax-30-aniversario>

ZAGACETA VALVERDE, J. «Lejos de casa: ¿Por qué es Sony dueño de los derechos de Spider-Man y no Marvel?». *Perú21*. 22 de junio de 2022, 12:10. [consulta: septiembre de 2024]. Disponible en: <https://peru21.pe/cheka/cine/volvera-spider-man-a-pertenecer-a-marvel-la-historia-de-como-sony-se-hizo-con-los-derechos-del-aracnido-marvel-sony-spider-man-cine-comics-noticia/>

Legislación citada

Acta de Estocolmo, adoptada el 14 de julio de 1967, por la que se revisa el Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas. Disponible en: <https://www.wipo.int/treaties/es/ip/berne/>

Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), incluido como Anexo 1C del Acuerdo de Marrakech por el que se establece la Organización Mundial del Comercio, firmado el 15 de abril de 1994. Disponible en: https://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/27-trips_s.htm

Anteproyecto de Ley del Cine y la Cultura Audiovisual, 15 de febrero de 2022. Ministerio de Cultura y Deporte (en tramitación).

Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas, firmado en Berna el 9 de septiembre de 1886 y revisado en varias ocasiones, siendo la última en París en 1971. Disponible en: <https://www.wipo.int/treaties/es/ip/berne/>

Directiva (UE) 2018/1808 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 14 de noviembre de 2018, por la que se modifica la Directiva 2010/13/UE, relativa a la prestación de servicios de comunicación audiovisual, en lo que respecta a la evolución de las realidades del mercado. *Diario Oficial de la Unión Europea*, de 28 de noviembre de 2018, núm. L 303, pp. 69-92. Disponible en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32018L1808>

Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico). *Diario Oficial de la Unión Europea*, de 17 de julio de 2000, núm. L 178, pp. 1-16. Disponible en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32000L0031>

Directiva 2001/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de mayo de 2001, sobre la armonización de determinados aspectos de los derechos de autor y derechos afines en la sociedad de la información. *Diario Oficial de la Unión Europea*, de 22 de junio de 2001, núm. L 167, pp. 10-19. Disponible en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:32001L0029>

Ley 13/2022, de 7 de julio, General de Comunicación Audiovisual. *Boletín Oficial del Estado*, 8 de julio de 2022, núm. 162, pp. 94553-94618. Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2022-11311>

Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del Tercer Canal de Televisión. *Boletín Oficial del Estado*, 30 de diciembre de 1983, núm. 311, pp. 36278-36280. Disponible en: <https://www.boe.es/eli/es/l/1983/12/26/46>

Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine. *Boletín Oficial del Estado*, 29 de diciembre de 2007, núm. 312, pp. 53489-53503. Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-22439>

Ley 6/2002, de 27 de diciembre, de medidas de saneamiento y reforma del sistema (conocida coloquialmente como "Ley de Calatrava"). *Boletín Oficial del Estado*, 28 de diciembre de 2002, núm. 312, pp. 46013-46045. Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2002-25422>

Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española. *Boletín Oficial del Estado*, 29 de agosto de 2009, núm. 209, pp. 73410-73414. Disponible en: <https://www.boe.es/eli/es/l/2009/08/28/8>

Real Decreto 1435/1985, de 1 de agosto, por el que se regula la relación laboral especial de los artistas en espectáculos públicos. *Boletín Oficial del Estado*, 12 de agosto de 1985, núm. 190, pp. 24008-24012. Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1985-17321>

Real Decreto 2062/2008, de 12 de diciembre, por el que se desarrolla la Ley 55/2007, de 28 de diciembre, del Cine, en materia de ayudas a la cinematografía y al audiovisual. *Boletín Oficial del Estado*, 24 de diciembre de 2008, núm. 309, pp. 51229-51242. Disponible en: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2008-20777>

Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia. *Boletín Oficial del Estado*, 22 de abril de 1996, núm. 97, pp. 14369-14408. Disponible en: <https://www.boe.es/eli/es/rdlg/1996/04/12/1>

Real Decreto-Ley 5/2022, de 22 de marzo, por el que se adapta el régimen de la relación laboral de las personas dedicadas a las actividades artísticas, técnicas y auxiliares y se mejoran las condiciones laborales del sector cultural. *Boletín Oficial del Estado*, 30 de marzo de 2022, núm. 76, pp. 40492-40518. Disponible en: <https://www.boe.es/eli/es/rdl/2022/03/22/5>

Sonny Bono Copyright Term Extension Act, Public Law 105-298, aprobado el 27 de octubre de 1998, por el que se extiende el plazo de protección de los derechos de autor en los Estados Unidos. Disponible en: <https://www.copyright.gov/legislation/pl105-298.pdf>

Jurisprudencia referenciada

STJUE de 1 de diciembre de 2011, Painer, C-145/10, EU:C:2011:798.

STJUE de 10 de abril de 2014, ACI Adam y otros, C-435/12, EU:C:2014:254.

STJUE de 11 de junio de 2020, Brompton, C-833/18, EU:C:2020:461.

STJUE de 24 de marzo de 2022, Austro-Mechana, C-433/20, EU:C:2022:216.

STJUE de 5 de marzo de 2015, Copydan Båndkopi, C-463/12, EU:C:2015:144.

STJUE de 18 de noviembre de 2020, Atresmedia, C-147/19, EU:C:2020:935.

STJUE Sentencia de 13 de noviembre de 2018, Levola Hengelo, C-310/17, EU:C:2018:899.

STJUE Sentencia de 16 de julio de 2009, Infopaq International, C-5/08, EU:C:2009:465.

Cour de Cassation (Francia), Sentencia de 28 de mayo de 1991,

Sentencia del Tribunal Supremo, Sala de lo Civil, de 26 de abril de 2017, núm. 253/2017.

Sentencia del Tribunal Supremo, Sala de lo Civil, de 26 de octubre de 1992, núm. 7962/1992.

Resolución de la Comisión de Propiedad Intelectual, Sección Primera, expediente E 2017/002, TELEFÓNICA S.A.U. c. EGEDA.

Listado de abreviaturas

ADPIC	Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio.
AVOD	Advertising Video On Demand.
CB	Convenio de Berna.
CNMC	Comisión Nacional de Mercados y la Competencia.
EA	Estatuto del artista
EGEDA	Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales.
IA	Inteligencia Artificial.
LC	Ley 55/2007, del Cine.
LPI	Ley de Propiedad Intelectual Española.
OMPI	Organización Mundial de Propiedad Intelectual.
OTT	Over-The-Top.
PPV	Pay-per-view
PVOD	Premium (Push Video On Demand).
RTVE	Radio Televisión Española.
SGAE	Sociedad General de Autores y Editores.
SVOD	Subscription Video On Demand.
TDT	Televisión Digital Terrestre.
VOD	Video On Demand.

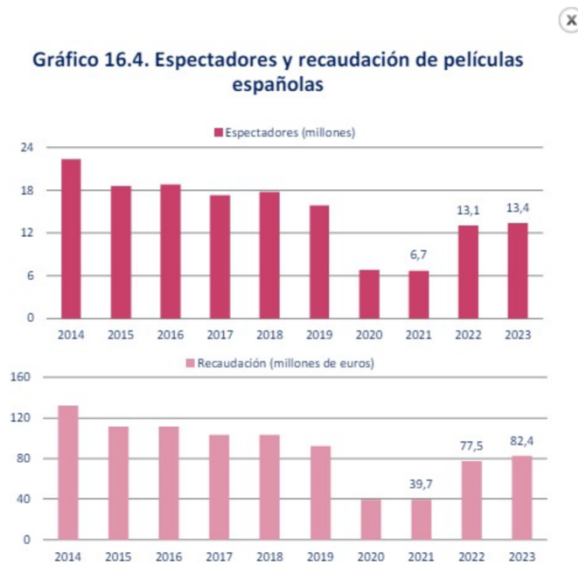
Anexo A. Anexo de Contenidos

Imagen 1:



MUYBRIDGE, E. *The Horse in Motion* ("Sallie Gardner," Owned by Leland Stanford; Running at a 1:40 Gait Over the Palo Alto Track, 19th June 1878) [Fotografía en movimiento]. 1878. Library of Congress Prints and Photographs Division. Disponible en: <https://smarthistory.org/eadweard-muybridge-the-horse-in-motion/>

Imagen 2:



Este gráfico analiza las estadísticas de cinematografía en España tanto de los espectadores como de la recaudación en millones. Podrían destacar los efectos de la COVID-19 y la recuperación progresiva en 2023, con incrementos en estrenos, espectadores y recaudación, aunque aún por debajo de niveles prepandemia.

«El Ministerio de Cultura publica la Estadística de Cinematografía 2023» *Ministerio de Cultura y Deporte* [en línea]. 16 mayo 2024 [consulta: diciembre 2025]. Disponible en: <https://www.cultura.gob.es/actualidad/2024/05/240516-estadistica-cinematografia.html>

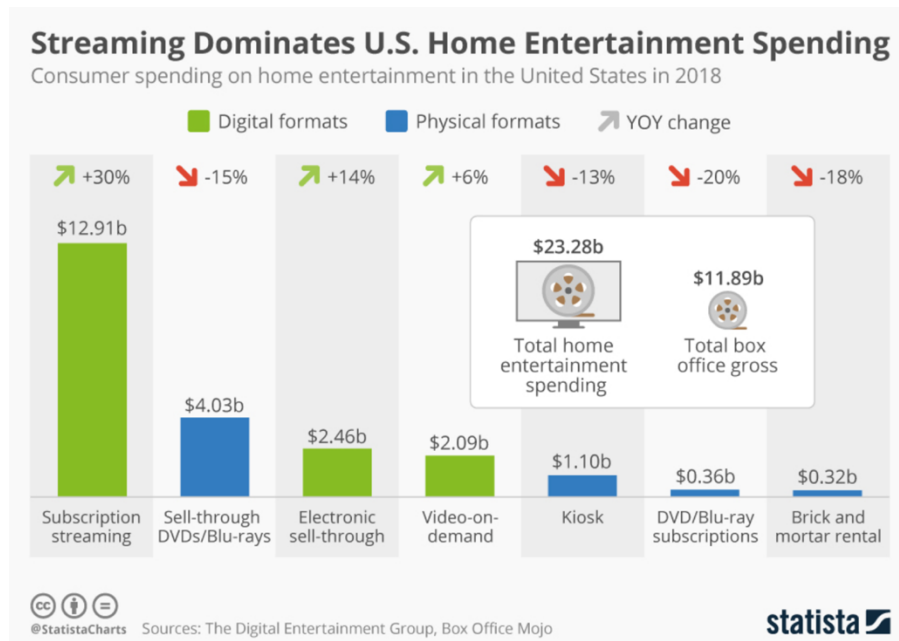
Imagen 3:



Self-portrait by the depicted Macaca nigra female. [Fotografía]. 4 de diciembre de 2014. Public Domain, Wikimedia Commons. Disponible en: <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=36464057>

Extraído del libro: SLATER, D.J, *Wildlife Personalities*. 1ªed, Blurb, 2014.

Imagen 4:



RICHTER, F. «Home entertainment spending in the U.S.» [en línea]. *Statista*. 24 de enero de 2019 [fecha de consulta: diciembre de 2024]. Disponible en: <https://www.statista.com/chart/7654/home-entertainment-spending-in-the-us/>

La revista *Spinof* realiza un comentario utilizando esta tabla a través del cual ejemplifica como las nuevas plataformas de streaming conllevan a la muerte del formato físico. Resulta interesante mencionar, tal y como enumera LÓPEZ (2019), como existen muchos más beneficios en la utilización de las plataformas audiovisuales que en el uso de los formatos físicos: como la inmediatez o el beneficio económico.

LÓPEZ, V. «La muerte del formato físico: el streaming se come al Blu-ray y por qué hay motivos para preocuparse» [en línea]. *Spinof*. 4 Marzo 2019, 19:41. [fecha consulta: enero 2025]. Disponible en: <https://www.espinof.com/otros/muerte-formato-fisico-streaming-se-come-al-blu-ray-que-hay-motivos-para-preocuparse>

Imagen 5:





CAMARGO (2000), realiza una tabla donde enumera los diferentes modelos de negocio de las plataformas de streaming y sus diferentes denominaciones.

CAMARGO, R. «Modelos de negocio de Plataformas Streamig» [en línea]. *The competitive Intelligence Unit*. 13 Julio 2020. [fecha consulta: enero 2025]. Disponible en: <https://www.theciu.com/publicaciones-2/2020/7/13/modelos-de-negocio-de-plataformas-de-streaming>

Imagen 6:

Tabla 4. Cronología entre ventanas en España

Cine	VHS/DVD	VOD alquiler/venta	Cadenas TV de pago	VOD suscripción	TV gratuita	VOD gratuito
Estreno en cine	A los 4 meses del cine (im-puesto por lobby de exhibidores).	A los 3 ó 4 meses del estre-no en cine (hay variación de meses según película y contrato y se retira al entrar la ventana de TV de pago).	De los 4 ó 6 meses a los 16 ó 22 meses. En exclusiva.  Primera ventana de estreno en TV	Al cerrar la ventana de pago (16 ó 22 meses, con variaciones según película, y en ocasiones posterior a TV gratuita cuando esta es productora o coproductora).  <i>Long tail</i> , falta de no-vedad. Apuesta por la producción propia.	Después de la ventana de TV de pago.	Después de la ventana de TV de pago.
	Suele haber 2 meses dedicados al alquiler antes de llegar a una cadena de TV de pago y a la venta, aunque cada vez nos encontramos con ventanas más cortas y aparece el DVD de venta en paralelo al alquiler, al poco tiempo del estreno en cine, en el caso de las <i>majors</i> (antes de los 3-4 meses señalados).	En el caso de películas que hayan sido vendidas para la ventana de TV de pago.				
En todos los casos veremos que hay variación de meses según película y contrato. Si la película tiene una subvención, se establece una ventana legal de 3 meses frente al consumo doméstico en soporte video-gráfico.						
Cada vez se diluye más la línea que separaba consumo televisivo y consumo en <i>home-video</i>						

Fuente: Elaborado a partir de las entrevistas mantenidas con profesionales del sector del VOD (Clares-Gavilán- 2014)

CLARES-GAVILÁN, J. y MEDINA-CAMBRÓN, A. «Desarrollo y asentamiento del Vídeo Bajo Demanda (Vod) en España: El caso de Filmin». *El profesional de la información* [en línea]. 2018, julio-agosto, v. 27, n. 4, pp. 909-920 [consulta: diciembre de 2024] eISSN: 1699-2407. Disponible en: https://www.scipedia.com/wd/images/f/fd/Draft_Content_310953844-61863-9375-document.pdf