Modelos de negocio y copyright

Blanca Barba de Villalonga
Gemma Dunjó Denti
Robert Figueras Romans

PID_00149031

UOC
Universitat Oberta de Catalunya
www.uoc.edu

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño general y la cubierta, puede ser copiada, reproducida, almacenada o transmitida de ninguna forma, ni por ningún medio, sea éste eléctrico, químico, mecánico, óptico, grabación, fotocopia, o cualquier otro, sin la previa autorización escrita de los titulares del copyright.

Índice

Introducción 7

1. Estado del sector cinematográfico 9
1.1. El sistema tradicional. Los grandes estudios 9
1.2. El nuevo cine independiente. Tendencias 10
1.3. Proyectos *cross-media* 11
1.4. Concepto del *long tail* 12
1.5. *Windows of release* 13
1.6. Los derechos 13
1.7. La piratería 15

2. Financiación 17
2.1. Donaciones 17
2.2. Inversiones 23

3. Distribución 27
3.1. Web propia: www.wearethestrange.com 27
3.2. Compartir publicidad 29
3.3. Ingresos por *downloads* o *streaming* 30
3.4. Webs que indexan *torrents:* www.stealthisfilm.com 30
3.5. Innovar 31
3.6. Buscar patrocinadores 34

4. Promoción 37
4.1. Herramientas 37
4.1.1. Wordpress 37
4.1.2. Twitter 38
4.1.3. Feedburner 39
4.1.4. Delicious 39
4.1.5. Flickr 40
4.1.6. Filmutea 40
4.1.7. Wreck a Movie 41
4.1.8. Principales portales 42
4.2. Remix 43
4.3. *Webisodes* y *movisodes* 44
4.4. Estreno virtual 47
4.5. Tienda en línea para Merchandise 47
4.6. Sesiones de preguntas y respuestas 47
4.7. Proyecciones temáticas 48
4.8. *Alternative reality games* (ARG) 49
4.9. ¿Qué más se puede hacer? 50

5. Derechos de autor y propiedad intelectual en el audiovisual: fundamentos, gestión de derechos y tipos de licencias 52
5.1. Rasgos definitorios de la obra audiovisual según la Ley de Propiedad Intelectual. Distinción entre obras audiovisuales y grabaciones audiovisuales 52
5.2. Otros elementos básicos de la obra audiovisual: obras en colaboración 55
5.2.1. Distintos tipos de obras en la que participan más de un autor: obras en colaboración; obras colectivas; obras derivadas 55
5.3. Autoría de las obras audiovisuales: la autoría en la obra audiovisual en el sistema legal español 57
5.3.1. Las presunciones de cesión de ciertos derechos de explotación al productor 58

6. Otros sujetos que intervienen en la obra audiovisual o grabaciones audiovisuales 64
6.1. Los artistas, intérpretes o ejecutantes 64
6.2. Músicas preexistentes. Licencias, editores musicales y discográficas 66
6.2.1. Licencias para la utilización de música 67
6.2.2. Editoriales musicales 68
6.2.3. Compañías discográficas 69

7. Límites a los derechos patrimoniales exclusivos 72

8. Otros derechos que concurren en la obra audiovisual. Derechos gestionados por medio de las entidades de gestión colectivas: derechos de simple remuneración 76
8.1. SGAE 77
8.2. Reservas de derechos que no gestiona la SGAE 78
8.3. Derechos reservados a los artistas y gestionados colectivamente mediante la entidad de gestión que corresponda: AIE (con AGEDI en algunos casos) 79
8.4. Productores audiovisuales: EGEDA 79

9. Otras vías de gestionar los derechos en la obra audiovisual-licencias abiertas 80
9.1. Movimientos iniciadores 82
9.2. Tipos de licencias 83
9.2.1. GPL y GNU 83
9.2.2. La licencia Free Art 83
9.2.3. Licencia Aire Incondicional 84
9.2.4. Licencia Design Science 85
9.2.5. Licencias ColorIURIS 85

9.2.6. Licencia artística de Blender 88
9.2.7. Licencias Creative Commons 89

10. Aplicación de licencias libres a creaciones audiovisuales..... 93
10.1. Ejemplos de materiales libres en obras audiovisuales 95

Anexo..... 99

Introducción

La concepción de productos audiovisuales de diferente naturaleza, ambición y duración, que aprovechan un uso intensivo de Internet como plataforma de financiación, promoción, colaboración, producción y distribución, ha permitido a muchos jóvenes talentos realizar y dar a conocer, de forma independiente, productos impensables años atrás, tanto por su calidad técnica y artística como por sus presupuestos mínimos.

Además, han experimentado procesos de trabajo que rompen con muchos prejuicios sobre las barreras de entrada a la producción audiovisual. Es por eso que, aunque este material se centra especialmente en el ámbito cinematográfico, cuando nos aproximamos a Internet, las barreras entre cine, televisión, Internet, móviles y videojuegos se difuminan.

Como hemos visto antes y se mostrará en este módulo, el impulso creador detrás de todos estos proyectos se caracteriza, precisamente, por una vocación *cross-media,* que nos obliga a acercarnos a todos estos procesos con una nueva mirada.

En particular, el objetivo de este módulo es mostrar, con la ayuda de diferentes ejemplos, las distintas maneras que tienen los cineastas independientes de financiar, distribuir y promocionar sus proyectos cinematográficos, utilizando las nuevas tecnologías. En definitiva, aprovechando la revolución digital e Internet.

Así, las formas más tradicionales de hacerlo, quedan fuera del análisis, puesto que ya han sido estudiadas muchísimas veces en seminarios, facultades, escuelas y libros del sector.

Internet y la revolución digital ofrecen unas herramientas que son efectivas y de bajo coste; por eso se están convirtiendo, rápidamente, en la alternativa real para todos los cineastas independientes, tengan o no el respaldo de un estudio o una productora.

Hacer cine de forma independiente, es como ser emprendedor. No es cosa de tres meses poder financiar una película; nadie llama sin más para ofrecer dinero, y seguramente, esa gran idea que muchos no cuentan a nadie porque no quieren que se la copien ya la han pensado otros cineastas. El camino es duro, y por ello, este material seguramente puede ayudar más a aquellos que no tienen acceso directamente a productoras, o dinero para el desarrollo de guiones, subvenciones del Estado, créditos bancarios, etc. Así, este material puede ayu-

darles a realizar un proyecto que les lleve al siguiente nivel, un proyecto que esté relacionado con su propia realidad y que sea una tarjeta de presentación, o un primer paso para constituir su propia empresa.

El material no es una guía que asegure la obtención de miles de euros si se siguen todos sus pasos; más bien pretende hacer ver que hay muchos cineastas y creadores que están haciendo cosas extraordinarias poco a poco, simplemente utilizando Internet.

Entonces, si ya habéis hablado con muchas productoras y no les interesa vuestra historia, no os reciben o no comparten vuestra visión, estáis cansados de la falta de oportunidades, queréis hacer cine para cambiar el mundo, todos os dicen que empecéis trabajando de *runner* o deseáis plantear algo realmente diferente, entonces este material es para vosotros. Para empezar, necesitáis pocas cosas, y son las siguientes:

- Que el proyecto sea ambicioso, original y diferente.
- Que seáis atrevidos y proactivos.
- Que estéis comprometidos al 100% con el proyecto.
- Que comiences a utilizar las nuevas tecnologías

1. Estado del sector cinematográfico

Primero, es importante obtener una perspectiva de la situación actual del sector cinematográfico, que puede analizarse desde dos puntos de vista, el tradicional y mayoritariamente dominado por los grandes estudios, y el nuevo cine independiente, que está empezando a aprovechar las ventajas que ofrecen la revolución digital e Internet.

1.1. El sistema tradicional. Los grandes estudios

Los seis grandes estudios estadounidenses: Universal, Sony, Fox, Paramount, Disney y Warner Brothers, gestionan los negocios de financiación, producción, marketing y distribución de la mayoría de películas proyectadas en las salas de cine de todo el mundo. Tienen el personal, los recursos y los contactos para acceder a inversores y cerrar los contratos de venta necesarios, así como el conocimiento de los mercados y audiencias locales. Por lo tanto, cada vez es más difícil que los cineastas independientes puedan encontrar en ellos la financiación, promoción y distribución de sus proyectos.

Ejemplo

En concreto, en el 2007 se estrenaron en Estados Unidos 590 películas, con un crecimiento del 28% en comparación con el 2001, y con un coste medio por película de 100 y 75 millones de dólares para los grandes estudios y sus filiales independientes, respectivamente. Además, unas 357.300 personas trabajan en la industria cinematográfica en el país, un 5,5% más que diez años antes.

En todo el mundo, en el 2007, la taquilla de cine creció un 5% respecto al 2006 y llegó a un máximo histórico de 26.720 millones de dólares. Estados Unidos produjo o coprodujo las 11 películas que superaron los 200 millones de dólares internacionalmente, con una cuota de mercado del 16,7% sobre los 26.720 millones del mercado mundial.

	Taquilla (US$, en miles de millones)				**Espectadores (miles de millones)**		
	2005	**2006**	**2007**		**2005**	**2006**	**2007**
Estados Unidos y Canadá	8,83	9,14	9,63		1,38	1,40	1,40
EMEA	7,47	8,49	8,92		1,07	1,12	1,12
Asia Pacífico	5,73	6,60	6,92		4,57	4,83	4,17
América Latina	1,06	1,24	1,25		0,34	0,34	0,35
Total	23,09	25,47	26,72		7,36	7,69	7,04

Fuente: Nielsen EDI, MPAA, Informa Media & Screen Digest, NATO

En el 2008, varios estudios cerraron las divisiones especializadas en cine independiente, debido a la crisis económica presente, incrementando así la incertidumbre en el sector.

En España, la industria está muy basada en subvenciones y ayudas del Estado, que aumenta año tras año la financiación y el gasto público en cultura. El número de espectadores ha decrecido un 19% desde el 2004, así como la recaudación y el número de cines y pantallas, y la exhibición de películas extranjeras. Por el contrario, y aunque parezca una paradoja, desde el 2004, han aumentado las empresas culturales, el empleo en el sector y la exhibición de largometrajes españoles.

1.2. El nuevo cine independiente. Tendencias

Con más de 20.000 largometrajes cada año, todos los cineastas se enfrentan al problema de la competencia en el sector, y por eso es muy ambicioso pensar que cualquier película se estrenará por todo el mundo, en miles de salas.

Ejemplo

El Festival de Sundance del 2009, el festival de cine independiente por excelencia, recibió la friolera de 3.661 películas que querían participar, pero sólo 118 fueron aceptadas y proyectadas; estadísticas que se repiten en la mayoría de grandes festivales.

En un sector donde la tecnología permite que cada vez más personas realicen su propio cine, la competencia hace que sea muy difícil conseguir una audiencia siguiendo las rutas tradicionales. Por este motivo, cada vez hay más cineastas que intentan abrir su propio camino.

Normalmente, la industria cinematográfica, Internet y el impacto digital están más desarrollados en los mercados anglosajones que en el resto del mundo, aunque muchos cambios acaban adaptándose más tarde en España. Por eso, para analizar las nuevas tendencias del futuro del cine independiente, comentamos un estudio que se hizo recientemente en el Reino Unido.

Según un estudio del UK Film Council (junio del 2008), en el Reino Unido se producen actualmente cerca de 100 largometrajes al año de presupuesto micro o bajo (de 100.000 dólares a 3 millones), y se gastan en total unos 18,5 millones de libras en su marketing. Estas películas son financiadas por inversores privados, no por el sector público, y mayoritariamente las realizan productores y directores sin experiencia previa en largometrajes. Aproximadamente, la mitad de ellas consiguen exhibición internacional y la mayoría se distribuyen por vías alternativas (49% en formato DVD). Los beneficios netos son de 5-6 millones de libras para sus inversores o realizadores.

Fuentes dentro de la industria creen que este tipo de largometrajes continuarán creciendo dentro de un mercado nicho, conjuntamente con el mercado cinematográfico tradicional. Dichos largometrajes son considerados como un paso esencial para descubrir nuevos talentos. De tal modo que estos proyec-

tos hacen de puente entre la producción de cortometrajes y largometrajes de mayor presupuesto. Algunos directores dan el paso a proyectos de gran éxito comercial, después de realizar un largometraje con presupuesto muy bajo, de manera que se confirma el gran valor de este sector.

Es obligatorio mencionar la importancia actual, en el cine independiente, del *video streaming* y las redes sociales en Internet. Aunque no se aprecia de momento un uso generalizado de la web para distribuir y exhibir largometrajes, existe una evidencia significativa y análoga de ello en la industria musical, donde las mismas bandas y artistas están promocionando y distribuyendo por su cuenta sus productos por medio de las redes sociales y sitios de descarga. Por las similitudes históricas entre la música y el cine, se cree que la industria cinematográfica experimentará estos mismos cambios como forma alternativa a la tradicional de hacer cine.

Muchos productores creen que las nuevas fórmulas de producción y distribución que están apareciendo permitirán un auge del cine independiente en los próximos cinco años, y consideran Internet esencial para la promoción y distribución de sus proyectos.

> Un 70% de los productores encuestados creen que Internet es muy importante para el marketing, un 45% piensa que lo es para la distribución, y un 32% para conseguir la financiación necesaria de cara a un proyecto. Además, un 33% cree que las televisiones públicas y otras entidades deberían ayudar a conseguir más financiación para nuevos medios, en general, alta definición; un 29%, a desarrollar alianzas de promoción y distribución con líderes en línea; y un 20%, a formación y foros.

Parece claro que hay que aparcar a un lado las fuentes tradicionales de los media, y acercarse a las nuevas formas de distribución: redes sociales, agregadores, juegos interactivos en línea y webisodios.

1.3. Proyectos *cross-media*

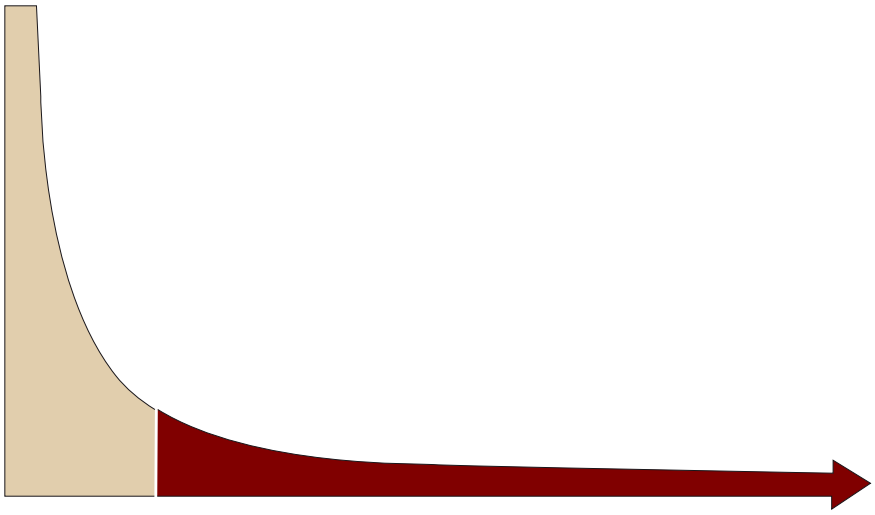
En el mundo global actual, en el que diferentes tecnologías convergen hacia un mismo aparato, en el que los móviles cobran cada vez más fuerza y en el que, cuando nos aproximamos a Internet, las barreras entre cine, televisión, Internet, móviles y videojuegos se difuminan, ya no hace falta que las películas sean para una audiencia distante. Ahora la audiencia puede estar ligada profundamente al contenido que consume, incluso dándole forma muchas veces.

Gracias al aumento de las herramientas sociales, y a la popularidad del contenido generado por los usuarios, las audiencias han mostrado su deseo de experimentar nuevas formas narrativas desde un punto de vista más personal. Esta evolución es el resultado de un cambio constante en las industrias creativas, que está dando lugar rápidamente a una nueva forma de entretenimiento más social.

Por eso, cada vez hay más creadores que, cuando preparan sus proyectos, piensan en la audiencia de las distintas plataformas, desarrollando así proyectos *cross-media,* en los que se interactúa desde los cines, la televisión, Internet, los móviles y en directo. Claros ejemplos de ello son los proyectos del director Lance Weiler, que veremos más adelante en este material.

1.4. Concepto del *long tail*

Es un concepto que tiene su origen en el artículo de Chris Anderson "The Long Tail", publicado en octubre del 2004, y que representa un nuevo modelo económico en el que se muestra cómo Internet y su entorno digital han cambiado las leyes de distribución y las reglas del mercado. Se representa por la cola de esta conocida gráfica de distribución estadística:



Después del exitoso artículo, el autor publicó *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More.* El libro en castellano se titula *La economía long tail* y hace referencia a la irrupción en el mercado de los nichos: pequeños y diferentes grupos de clientes que, sumados, representan un gran filón para el consumo que se desarrolla en Internet. Es el concepto que mejor explica y representa los gustos de la gente, los éxitos musicales, los libros más leídos, el fenómeno de los blogs o las palabras más buscadas de Internet.

Así, podemos distinguir, entre dos mercados: uno centrado en el alto rendimiento de pocos productos, el denominado mercado de masas; y el otro, un mercado innovador y cada vez más influyente basado en la suma o acumulación de todas las pequeñas ventas de muchos productos, que puede igualar o superar al primero. Esta circunstancia se da en empresas como Amazon, que obtiene mayor rendimiento vendiendo productos para nichos de mercado más específicos.

Lectura sugerida

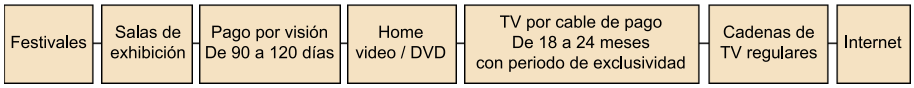
Podéis leer el siguiente artículo de *Wired:*

http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html

Este concepto es importante porque, como cineasta independiente, se debe entender que en Internet uno se enfrenta a este tipo de mercados. Seguramente, se podrá conseguir que una película que se vería en sólo una sala en cualquier ciudad, la vean varios miles de personas de todo el mundo por Internet. Todas ellas serán personas a quienes les gustará el tipo de película personal que se haya realizado. Por eso, ya no se hablará de nuestra audiencia, sino de nuestra comunidad, porque será muy importante construir una comunidad en torno a cada unos de los proyectos, a quienes les guste el proyecto nicho que se esté realizando.

1.5. *Windows of release*

Al distribuir una película se suele hablar de los *windows of release,* que se traduciría por las 'ventanas de estreno'. Significa que, normalmente, se sigue un orden en la distribución: primero se estrena en los festivales, después en los cines, después en televisión de pago, después en DVD, después en televisión por cable de pago, después en televisión por cable no de pago, después en televisión no por cable, y finalmente por Internet.



Cada uno de estos estrenos es una "ventana de estreno", y duran distintos días, semanas o meses. Los derechos suelen venderse por separado y para distintos países pero, obviamente, no todas las películas consiguen vender cada una de las "ventanas de estreno". Las que lo tienen más complicado son las más independientes, de más bajo presupuesto y con pocos contactos y experiencia.

Con todo, algo que está pasando –y pasará cada vez más– en el mundo independiente es que el orden de alguna de estas ventanas se está invirtiendo.

Internet se postula como la primera ventana para muchos cineastas por la que se puede conseguir ventas de DVD y promoción, y si el proyecto tiene éxito, después es posible aspirar a obtener un contrato para el estreno en cines u otras ventanas.

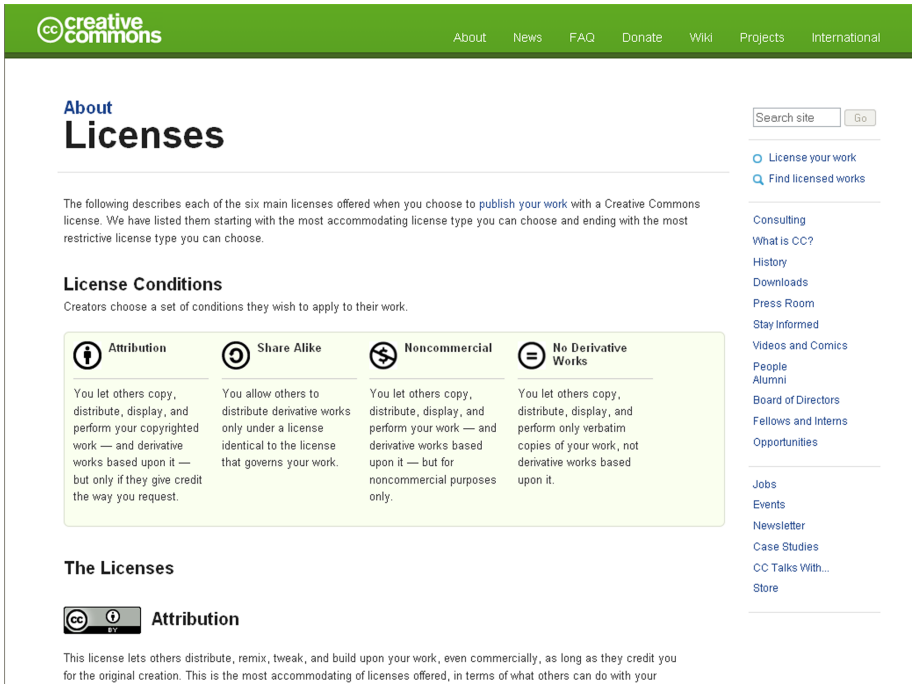
1.6. Los derechos

Hay muchísimas formas diferentes de distribuir un proyecto, cada una de ellas asociada a una estrategia, unos costes, unos requisitos, una forma y unos derechos determinados. Cuando se prepara la estrategia de distribución y promoción, se negocia y se toman las decisiones, se debe ser muy consciente de las consecuencias. En los contratos, habrá palabras como "exclusividad", "perpetuo", "irrevocable", etc., y se tendrá que buscar el significado de cada una en su contexto, para entender completamente lo que se está firmando. Aunque será

necesario un abogado, en general, "exclusividad" suele significar que los derechos son para esa empresa en concreto y que nadie más los puede tener, "perpetuo" que son para siempre, e "irrevocable" que es imposible de anular, etc.

Es importante tener esto en cuenta porque, dependiendo de los derechos que se pidan o se otorguen, se podrá seguir una estrategia de distribución u otra. En cualquier caso, en la mayoría de veces, un cineasta independiente tendrá poco poder de negociación, y seguramente deberá firmar lo que reciba.

Para todo cineasta independiente, es obligatorio conocer los diferentes tipos de Creative Commons (una empresa sin ánimo de lucro dedicada a conseguir que las personas puedan compartir, remezclar y reutilizar el trabajo de otras personas, de forma consciente con las normas de copyright), ya que pueden facilitar, habilitar, ayudar y mejorar la estrategia de promoción y distribución.



También es importante entender que, a veces, unas acciones pueden eliminar otras posibilidades. Es decir, si por ejemplo se pone una película en Internet accesible libremente a todo el mundo, mediante Creative Commons, entonces se está haciendo que ciertos festivales, agentes de ventas y recopiladores de DVD ya no tengan interés, porque ellos seguramente la querrían en exclusiva.

Por eso es necesario encontrar un equilibrio entre distribución flexible y gratuita, y negocio.

Ejemplo

Lo hizo muy bien el director Timo Vuorensola en el proyecto *Star Wreck* (veremos sus proyectos más adelante en este material). Mantuvo la versión original de su largometraje disponible gratuitamente en línea, y llegó a un acuerdo de distribución con Universal Pictures Nordic, para distribuir en DVD una nueva versión, mejorada técnicamente. Además, recientemente, esta nueva edición de *Star Wreck* ha sido distribuida en DVD en el Reino Unido.

También existe la posibilidad de distribuir, con licencias flexibles, el material promocional, para favorecer la difusión viral de *teasers* o tráilers; Timo utiliza muy bien esto en sus proyectos. En definitiva, es necesario entender que nuestra estrategia a veces puede ir en contra de la de los demás, que mostrarán interés si pueden hacer negocio.

1.7. La piratería

Aunque la piratería no representa un fenómeno nuevo, lo que asusta a muchos es lo común que es en estos momentos.

Contenido complementario

Recientemente, The Pirate Bay, el principal enlazador de *torrents,* llegó a la marca de los 25 millones de *peers* conectados, representando más del 50% de todos los *torrents* públicos existentes.

Un fichero ".torrent" es utilizado por programas que utilizan el protocolo BitTorrent para el intercambio de archivos de gran tamaño entre usuarios por Internet. El protocolo se activa, inicialmente, cuando el poseedor de un archivo lo habilita para la red. Se convierte en *seeder,* y permite a los demás, los *peers,* conectarse a él para bajarse el fichero. Cada *peer* que se baja parte de la información, la habilita al mismo tiempo para todos los demás. Cuando se ha bajado el fichero completamente, muchos continúan habilitándolo para los demás, convirtiéndose en ese momento en *seeders*. Este sistema hace que un fichero pueda distribuirse de forma exponencial rápidamente.

Aunque la lucha contra la piratería es incesante, algunos, dentro de la industria, consideran que siempre existirá, y que si se cierran unos portales, otros aparecerán, o surgirán nuevos protocolos y programas diferentes.

Ejemplo

En el 2006, The Pirate Bay se mantuvo firme frente a los ataques que recibía de las autoridades suecas y la Motion Pictures Association of America. En cambio, en el 2009, los cuatro responsables del portal fueron condenados a un año de cárcel cada uno por complicidad en la violación de derechos de autor, y la indemnización por daños fue fijada en más de 2.700.000 euros, que debían ser abonados a Warner Bros, Sony Music, EMI y Columbia Pictures.

Sin embargo, los fundadores afirmaron que este veredicto no era el final del proceso, puesto que recurrirían, y afirmaron también que el portal seguiría funcionando. Se basan en que ellos no tienen los ficheros, sino que los indexan y permiten que se encuentren. Argumentan que su tarea es similar a la de Google, en el sentido de que Google no sería nunca responsable por indexar una página que fuera ilegal, pornográfica, tuviera armas, etc.

Debido a la facilidad de poder hacer copias digitales, rápidamente se desarrollaron los sistemas de protección *digital rights management* (DRM), que a la práctica permiten al cliente hacer menos con el producto digital que con el producto físico. Por ejemplo, si se compra un DVD, lo puede dejar a un amigo. En cambio, si uno compra la película por Internet de forma digital, con protección DRM, no se tienen los mismos derechos, porque es necesario instalarse un software, y haría falta que el amigo también lo tuviera. Algunos creen que estos sistemas empujan a que haya más piratería, porque si se compra una canción en iTunes, y después no se puede escuchar en el reproductor MP3 que se tiene, porque resulta que no es de Apple, entonces algunos se la bajan también de forma ilegal.

La piratería es un asunto muy complejo, pero en cualquier caso muchos independientes consideran que BitTorrent les puede reducir los costes de distribución, y, lo que es más importante, acercar su trabajo al lugar en el que está la audiencia.

En música, por ejemplo, ya hay algunas bandas que han creado su propio *torrent* y han lanzado ficheros de audio de alta calidad a modo de muestra de sus conciertos, de forma gratuita, habilitando también otros productos físicos y coleccionables relacionados disponibles sólo previo pago.

Enlaces interesantes, sobre piratería y temas relacionados:

- Piratería en Wikipedia.
- Bitorrent en Wikipedia.
- P2P en Wikipedia.
- SGAE.
- Los dueños de The Pirate Bay piden que se anule la acusación de piratería.
- Mapa de piratería basado en Google Maps.
- Usos legítimos del P2P.
- Francia presenta su proyecto para cortar Internet a quienes intercambien archivos.
- Las discográficas reclaman a un informático 13 millones de euros.

2. Financiación

La mayor parte de posibilidades para conseguir financiación por Internet que analizaremos están basadas en el concepto de donación; para considerarse una inversión, hace falta crear una estructura determinada y tener en cuenta una serie de elementos que veremos más adelante, lo cual no está fácilmente al alcance de todos los cineastas independientes.

2.1. Donaciones

Las donaciones, que consisten en dar fondos u otros bienes materiales generalmente de forma desinteresada, llevan mucho tiempo funcionando en Internet, sobre todo en desarrollos informáticos y proyectos en colaboración. Muchos programadores utilizan parte de su tiempo libre para habilitar algún pequeño programa que les puede ser útil a ellos y a otras personas, e incluso a veces acaban convirtiéndose en herramientas que tienen colaboradores en muchos países y que son utilizadas por miles de personas.

Las donaciones no son obligatorias, pero lo lógico es que si uno se beneficia de un programa que se ha desarrollado de forma independiente, o del trabajo que están llevando a cabo otras personas, entonces se contribuya al desarrollo futuro de ese programa mediante una pequeña aportación. En el fondo, les sirven para dedicar todo o mayor parte de su tiempo a su continuo desarrollo.

Aunque en cine existen casos de proyectos ambiciosos que piden donaciones, los ejemplos no abundan mucho, y por eso, a medida que Internet vaya penetrando en los distintos países, cada vez habrá más cineastas que intenten conseguirlo.

Ejemplo

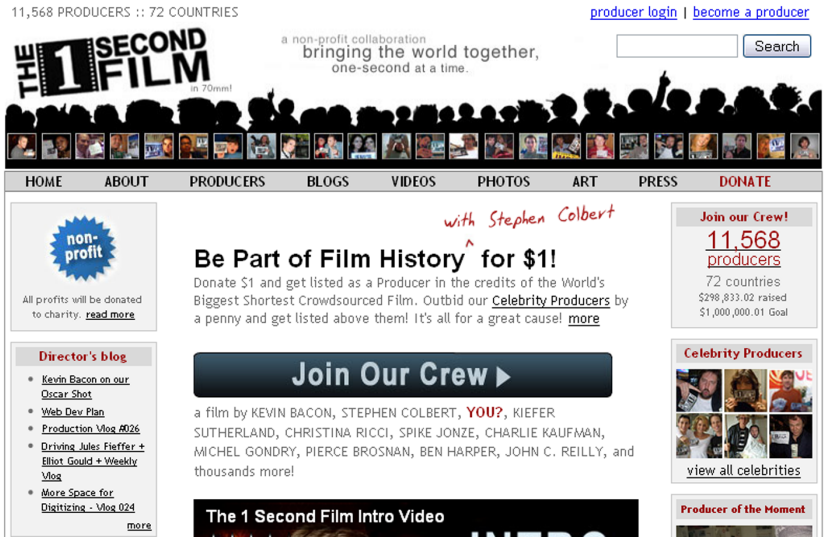
Claros ejemplos son los proyectos *The 1 Second Film, A Swarm of Angels, Iron Sky, Iraq for Sale* e *IndieGoGo*.

www.the1secondfilm.com

Un proyecto sin ánimo de lucro filmado en 70 mm, que constará de un segundo de animación, seguido por una hora de créditos, en los cuales aparecerá un documental sobre todo el proceso.

El segundo de animación estará formado por 24 fotogramas animados, creados de grandes murales pintados por centenares de personas en una noche, durante un evento colaborativo el Día Internacional de la Mujer.

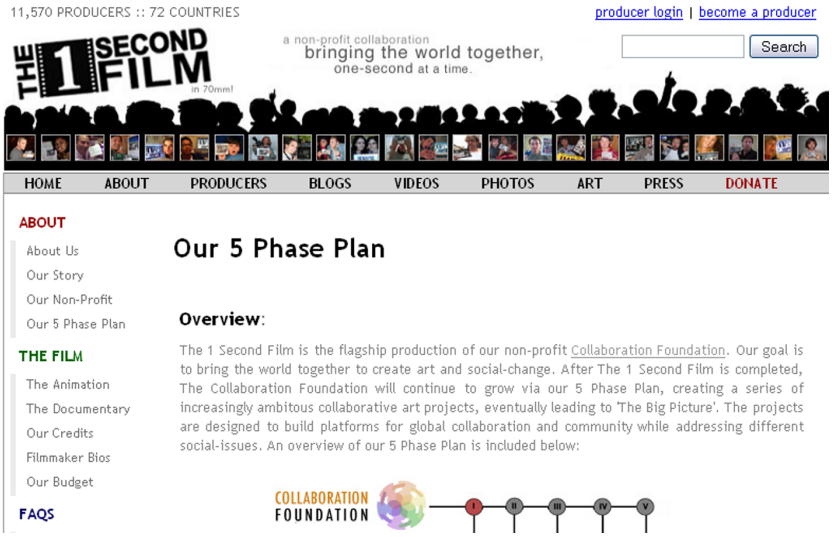
El mínimo para formar parte de él es 1 dólar, y dependiendo de la cantidad donada, uno se convierte en productor asociado, productor o productor ejecutivo.



En abril del 2009, habían conseguido ya 287.309 dólares del millón que necesitaban. La mayor aportación era de 50.000 dólares, por parte de FotoKem, y la segunda de 25.650, proveniente de Apple. Además, habían logrado el apoyo de celebridades como Kiefer Sutherland, Mark Ruffalo, Robert Carradine y Selma Blair. Todo el dinero que consiga el proyecto, una vez terminado, irá destinado a una fundación.

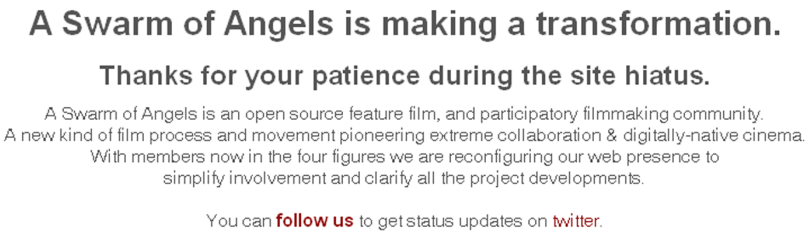
Pero esta iniciativa no termina aquí, ya que después tienen la intención de realizar otros cuatro proyectos, del mismo estilo, cada vez más ambiciosos. El segundo proyecto se centrará en el 11 de septiembre del 2001, mediante la creación de arte de forma colaborativa, durante dos eventos de animación simultáneos al estilo del primer proyecto, uno en Nueva York y el otro en Afganistán. El tercer proyecto será de tres segundos, y se centrará en el calentamiento global de la atmósfera. Para el cuarto invitarán a gente de todo el mundo a aportar ideas para crear una película de un segundo. Cada idea deberá tener incluida una causa social. Seleccionarán 1.111 ideas, y les ofrecerán capital semilla a partes iguales y soporte logístico para comenzar 1.111 eventos, que beneficien a esas 1.111 causas sociales.

El último proyecto, un largometraje, incluirá animaciones realizadas durante miles de eventos colaborativos simultáneos alrededor del mundo. Cada evento será el responsable de pintar los fotogramas de un segundo de la animación, que serán recombinados en orden cronológico para crear la película.

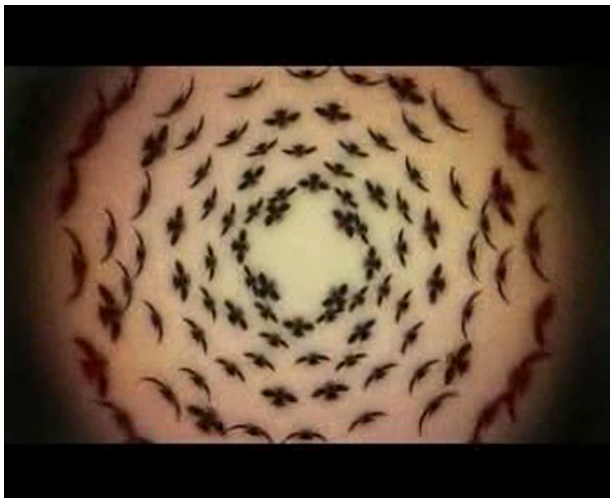


www.aswarmofangels.com

Es un proyecto dirigido por Matt Hanson, quien pretende crear un largometraje de un millón de libras esterlinas de presupuesto, que se distribuirá libremente bajo licencia Creative Commons No-Comercial. La gente se suscribe a la web contribuyendo con 25 libras esterlinas, lo que les permite formar parte del equipo y participar en el proceso. Si se participa, se tiene acceso a votar los guiones propuestos, al material publicitario, etc. y, en definitiva, discutir la mayoría de asuntos con Hanson. El proyecto está estructurado en diferentes fases, y la toma de decisiones no es democrática, sino colaborativa.



En abril del 2009, se habían completado la fase 1 y 2, que contemplaban tener más de 2.500 usuarios colaborando, la creación de la web, la elaboración de dos guiones a elegir y el tráiler. En las próximas fases, el objetivo es llegar a muchísimos miles más de participantes, para conseguir el presupuesto total del proyecto. Aunque técnicamente la gente se suscribe a la web, en la práctica representan donaciones, porque ninguno de los participantes obtendrá un retorno cuando se distribuya el proyecto.



www.ironsky.net

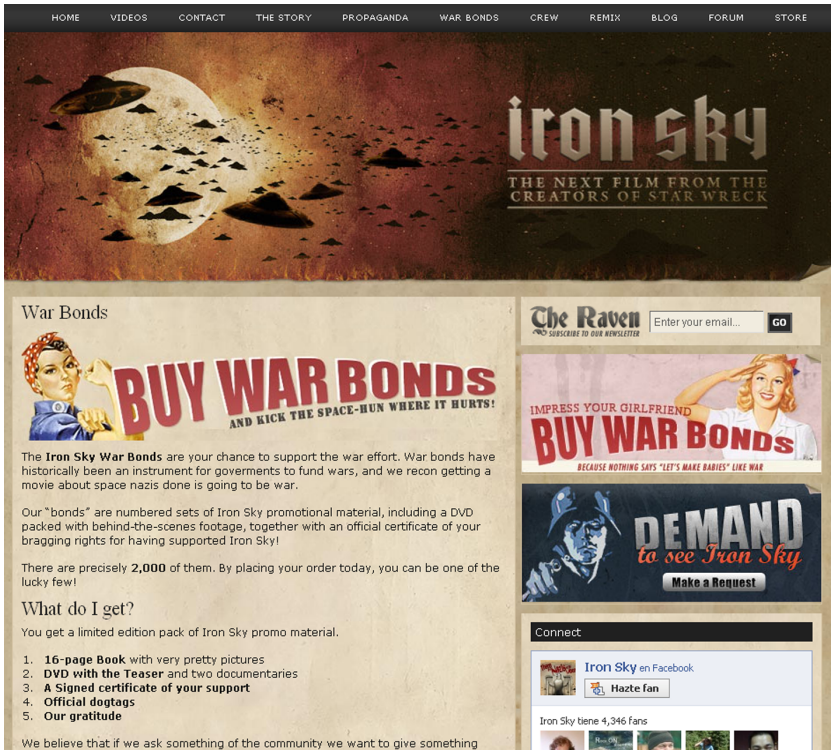
Iron Sky es un proyecto dirigido por Timo Vuorensola, quien anteriormente estuvo siete años trabajando en su primer largometraje, *Star Wreck*, una parodia entre *Star Trek* y *Babylon 5*.

En ella, participaron miles de colaboradores de todo el mundo, de forma totalmente altruista, que concibieron una película que parece tener una inversión de millones de dólares. Se ha descargado más de 8 millones de veces y tiene subtítulos en 30 idiomas; tras semejante éxito, consiguieron un contrato de distribución en varios países con Universal. Según su creador, ostenta oficialmente el título de la primera película distribuida libremente por Internet, y es, además, el primer largometraje realizado de forma colaborativa por Ia Red.

Su segundo proyecto, *Iron Sky,* narra cómo en 1945 los nazis se escaparon al lado oscuro de la luna, volviendo en el 2018 a la Tierra. Esta segunda película tiene 2 millones de dólares de presupuesto, y un contrato con Universal Pictures, aunque sigue con el espíritu colaborativo de la primera. Los fans pueden colaborar en el proceso por medio de la web www.wreckamovie.com, incluida más adelante en este material, que se creó para que los

fans pudieran ayudar a Timo, y para que otros cineastas también fueran incluyendo sus proyectos en la plataforma.

Además, crearon 2.000 *war bonds* (bonos de guerra), que se podían adquirir por 50 euros, y mediante los cuales se obtenía un DVD, un certificado firmado que acreditaba la participación, un librito con imágenes del *storyboard,* etc. y que, en el fondo, les servían para promocionar y obtener 100.000 euros extras.

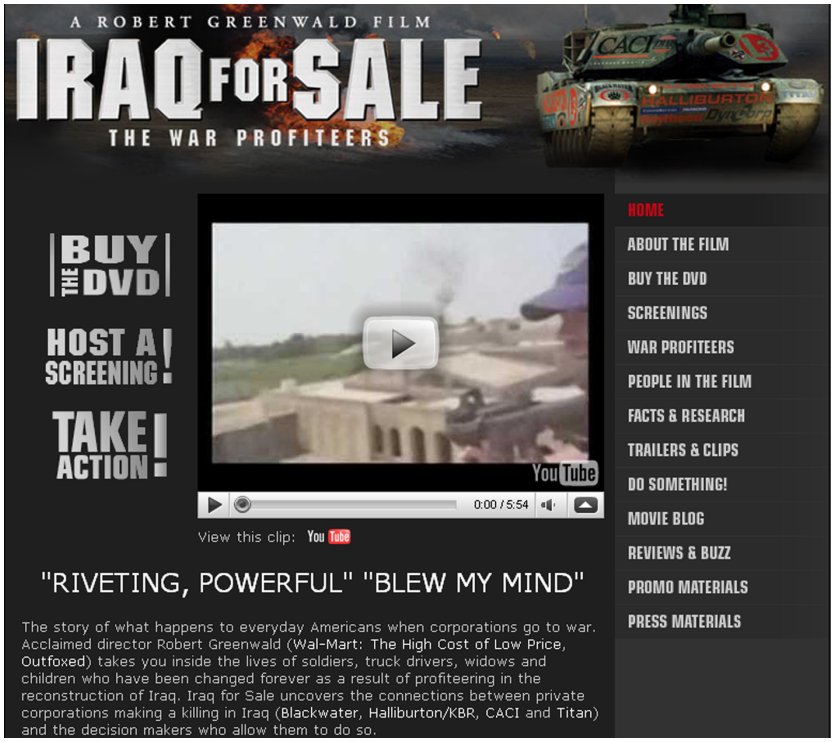


www.iraqforsale.org

El correo electrónico es una herramienta que puede ser un excelente aliado para conseguir financiación. Obviamente, está disponible en cualquier portal de Internet, por lo que sólo hace falta escribir un mensaje, enviarlo a todos aquellos amigos o contactos que se puedan, y esperar a que éstos ingresen el dinero en una cuenta bancaria.

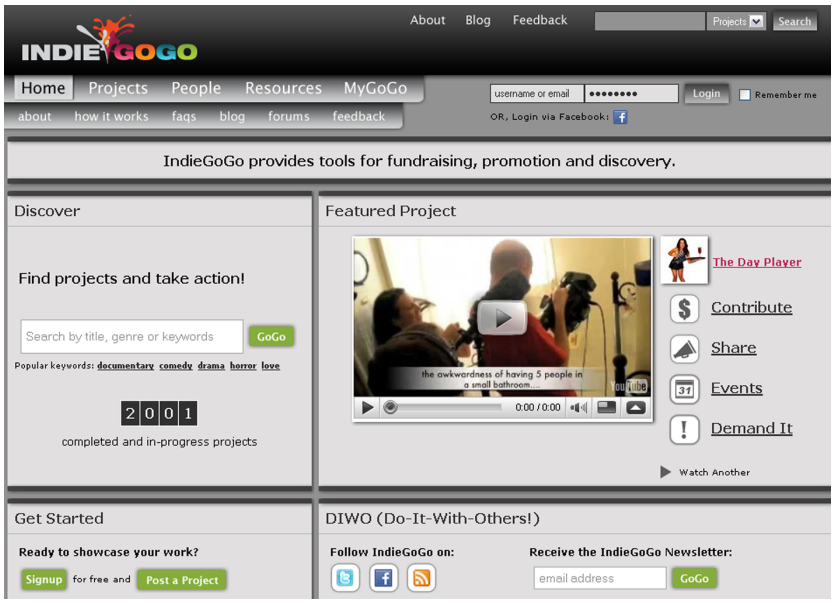
Cuando nos referimos a amigos y contactos, no nos referimos a 50 personas; más bien hacemos referencia a 3.000 o 5.000. Cuantos más, mejor. La pregunta es: ¿cómo se consiguen los 5.000 o 10.000 correos electrónicos? Tal cosa lleva su tiempo, por lo que es necesario ir construyendo la comunidad personal poco a poco. Parece una locura, pero eso es exactamente lo que hizo el productor Jim Gilliam con *Iraq for Sale,* del director Peter Greenwald. En sólo 10 días, y enviando 4 correos electrónicos, consiguió 267.000 de más de 3.000 personas. Había producido otros proyectos para Greenwald anteriormente, que habían distribuido en DVD, y tenían una larga lista de correos electrónicos de clientes,

a quienes les habían vendido sus películas. Con el tiempo habían cultivado su propia audiencia, su propia comunidad. A cambio, no ofrecieron ejemplares del documental, simplemente una mención en los créditos finales. Eso, y su credibilidad, fue suficiente.



www.indiegogo.com

IndieGoGo es una web que permite obtener donaciones de otros usuarios, a cambio de una pequeña comisión para la web; no es sólo para un proyecto concreto, sino que se trata de una plataforma en la que todo el mundo puede subir su propio proyecto. Se definen como un mercado social en el que los cineastas y los fans contactan para realizar producciones.



Básicamente, los cineastas pueden conseguir financiación, y ganar credibilidad gracias a los fans. A cambio de la donación, no se participa de los beneficios, pero se obtiene una serie de elementos ofrecidos por los cineastas, como una copia del DVD, un póster, etc. La mayoría de proyectos incluidos en abril del 2009 necesitan pequeñas cantidades, que van de pocos centenares de dólares a miles.

2.2. Inversiones

Pedir abiertamente a los internautas que inviertan en una película puede llegar a ser ilegal si no se realiza adecuadamente; por ello, no hay demasiados casos, y si existen, son para grandes proyectos con una determinada estructura.

Nota

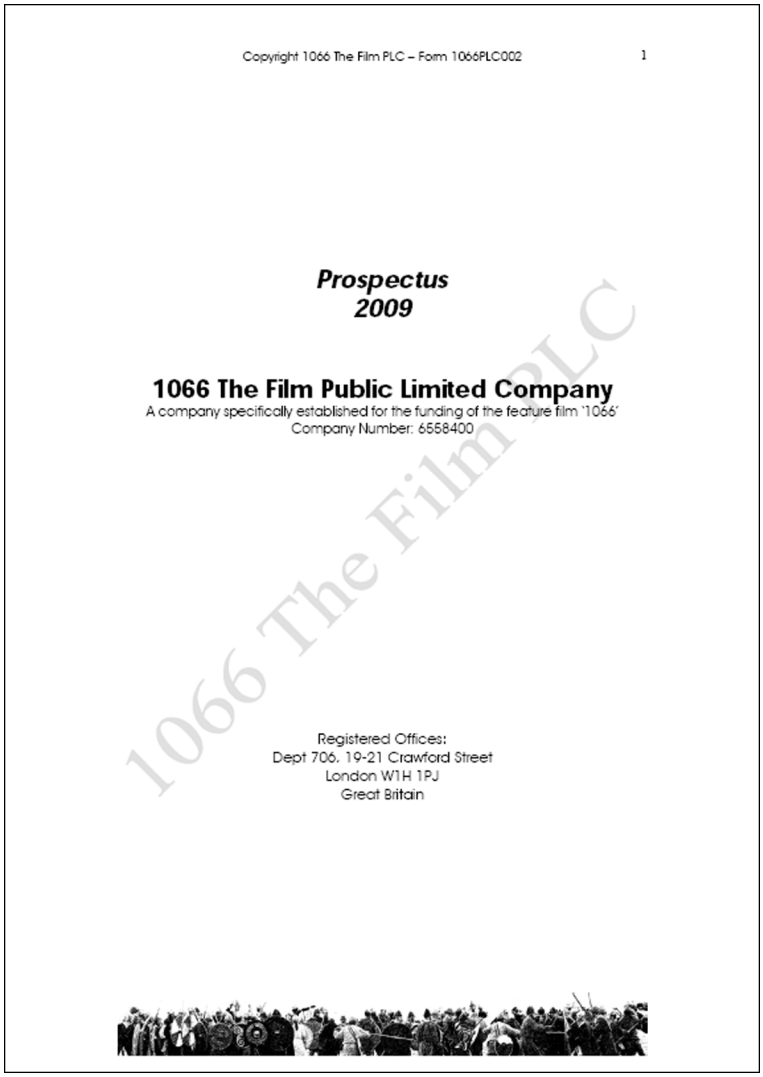
Recordemos que una inversión es la acción de dar fondos u otros bienes materiales esperando un rendimiento a cambio, en un plazo más o menos largo de tiempo.

Cuando se hace abiertamente y de modo legal, es considerado una oferta pública de venta de acciones en un proyecto (OPV), y tales OPV son reguladas por la Comisión Nacional del Mercado de Valores en España (CNMV), la Financial Services Authority en Inglaterra (FSA) y la Security Exchange Commission en Estados Unidos (SEC). Además, la SEC es más restrictiva que la FSA, que a su vez es más restrictiva que la CNMV, con lo cual, si también interesa buscar inversores ingleses y estadounidenses, no basta con seguir sólo las normas de la CNMV.

Asimismo, uno se pregunta qué tienen que ver estas entidades con todo esto. Pues bien, cuando se habla de inversión se está hablando también del rendimiento que se va a ofrecer a cambio; y en el pasado, hay innumerables casos de inversores estafados y engañados en proyectos de alto riesgo y con estrategias de marketing confusas. Por esta razón, el primer mercado financiero mundial, Estados Unidos, el más desarrollado, el de mayor volumen y experiencia, es el más regulado, porque es también donde ha habido más problemas.

En general, la regulación dice que, para realizar una OPV, se necesitan, entre otras cosas, una empresa, un *prospectus* y llevar a cabo la promoción financiera de cierta manera (es decir, la forma en que se anunciará el proyecto y la inversión). El *prospectus,* un documento que detalla por completo el proyecto

y la operación de inversión que se ofrece, se deberá entregar a todos los inversores interesados, y puede llegar a constar de cientos de páginas. Además, la promoción de la operación ha de estar autorizada por un experto autorizado.



Copyright 1066 The Film PLC – Form 1066PLC002 1

Prospectus
2009

1066 The Film Public Limited Company
A company specifically established for the funding of the feature film '1066'
Company Number: 6558400

1066 The Film PLC

Registered Offices:
Dept 706, 19-21 Crawford Street
London W1H 1PJ
Great Britain

El coste de preparar el *prospectus,* crear la empresa y el estudio, y la autorización de la promoción de la operación pueden costar muchos miles de euros. Por ello, sólo han aparecido proyectos cinematográficos de cierto presupuesto y estructura que realicen el proceso por Internet. Son proyectos liderados por ejecutivos dentro de la industria cinematográfica, con experiencia, contactos y conocimientos, quienes ven en Internet una oportunidad de futuro.

Para el cineasta independiente, esta opción puede parecer inviable, ya que se ha de convertir en empresario, pero es una opción; además, hace falta el contexto para entender los siguientes ejemplos: *Indie Shares, Movie Mogul Fund* y *Sellaband*.

Todas ellas tienen un buen equipo gestor, formado por profesionales con experiencia en el sector, y con buenos contactos en los entornos del cine independiente.

Ejemplo

www.indieshares.com

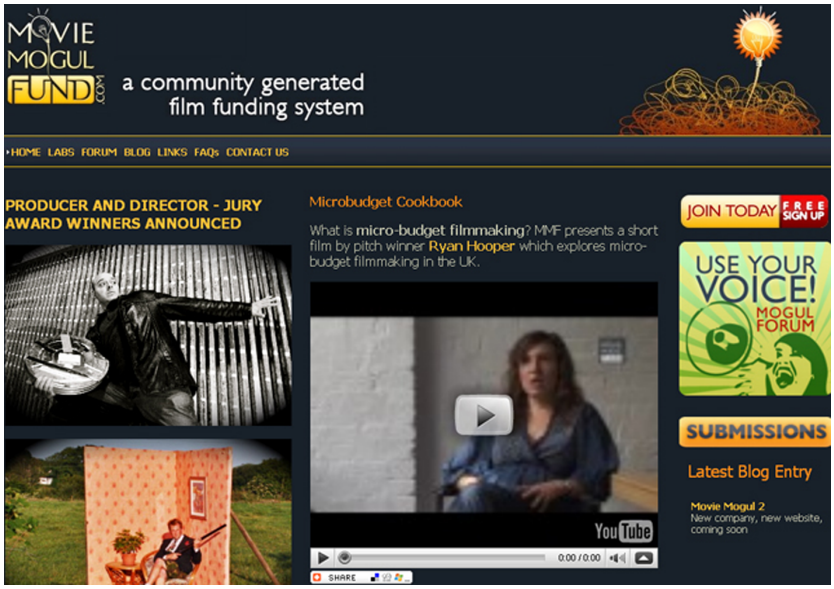
Es una web en la que se permite a los usuarios ayudar a los productores a seleccionar y desarrollar las películas.

Básicamente, comenzaron con una selección de guiones, que los internautas votaron. Una vez tuvieron elegido el guión *Waitlist*, montaron una empresa y prepararon el *prospectus*.

Todos los interesados pueden invertir en la empresa creada para realizar la película, a un precio de 10 dólares por acción, y además pueden tomar decisiones y participar en los beneficios futuros.

www.moviemogulfund.com

Es una web parecida a la anterior, un sistema de financiación de películas generado por la comunidad, tal y como lo llaman ellos. Consta de seis fases, de las que ya se habían completado tres a fecha de abril del 2009: idea, guión y selección del director y productor.



El siguiente paso sería vender participaciones a GBP4.95, para conseguir el micro-presupuesto de GBP100.000.

www.sellaband.com

Aparte de las webs mencionadas, cabe destacar también Sellaband.com, centrada en el sector musical. La razón es que, en general, la música siempre va por delante del cine en cuanto a innovación y nuevos formatos (por ejemplo, iTunes), y en financiación y distribución no es una excepción.

Sellaband fue pionera, en el 2006, al presentar un modelo de micro-financiación de discos. Las bandas suben sus canciones a la web, que son escuchadas por los fans; todos aquellos que quieren se convierten en padrinos, invirtiendo un mínimo de 10 dólares. Si alguna de las bandas consigue 50.000 dólares, Sellaband se encarga de producirles y distribuirles el disco. A cambio, los inversores reciben una copia del CD y participan de los beneficios del disco.

En 2,5 años habían conseguido completar la financiación de 29 discos, y en abril del 2009, llevaban más de 2,3 millones de euros aportados por los inversores para los artistas de la web. El problema para el cine es que no son suficientes 50.000 dólares para realizar un largometraje profesional, sino centenares de miles o millones, y a medida que suben las cantidades demandadas, aumenta también la dificultad de escapar del radar de la

CNMV, FSA y SEC si no se ofrece un *prospectus* y no se hace la promoción financiera correctamente. Por eso, seguramente, de momento sólo han aparecido webs como Indie Shares y Movie Mogul Fund.

En cualquier caso, Internet es una herramienta relativamente reciente en la que están surgiendo rápidamente nuevos modelos, y parece obvio que necesita todavía una nueva regulación.

3. Distribución

Una vez se ha conseguido la financiación, se ha filmado, se ha editado, etc., y el proyecto ya está terminado, sólo queda promocionarlo y distribuirlo, probablemente durante mucho tiempo. Es un tema que la mayoría de cineastas consideran al final del proceso, pero deberían tenerse los planes desde el principio. Muchos filman por el hecho de tener una película, para mostrar su trabajo, esperando desarrollar otro proyecto de mayor presupuesto, sin pensar en la forma de promocionarlo y distribuirlo; y eso es una pena porque muchos de ellos acaban en un cajón.

La recomendación es que, desde el momento en que se comienza a preparar un proyecto, se debería hacer un esfuerzo para tener muy claro cómo se promocionará y distribuirá, y el presupuesto necesario para llevarlo a cabo.

Una de las innovaciones en esta revolución del cine independiente es el vínculo que se establece con la comunidad desde el inicio de todo proyecto. Así, en la mayoría de casos comentados en este material, la plataforma de promoción y difusión es incluso previa a la propia existencia del producto final. Es incluso su parte central, desde la perspectiva de generar y mantener expectación a lo largo del desarrollo del proyecto.

Hay muchas formas tradicionales de distribuir la película, pero en esta parte del material nos centraremos en aquellas más relacionadas con Internet, las que se pueden controlar más directamente y de forma más independiente.

3.1. Web propia: www.wearethestrange.com

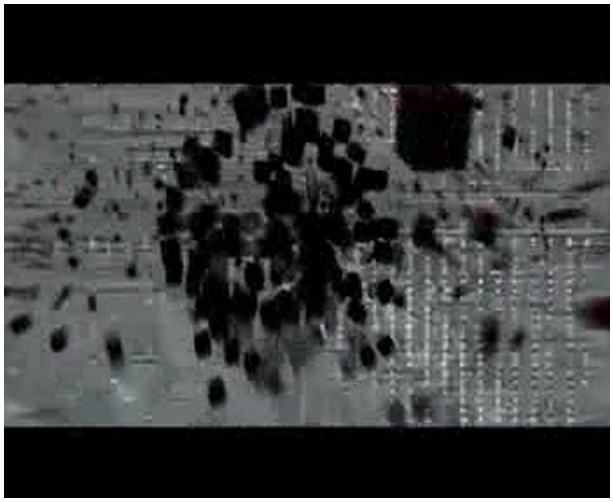
Construir la propia web del proyecto, con su propio dominio, es el primer paso; un gran acto de promoción, y la forma más fácil de darlo a conocer. En ella, se debería añadir tanta información como fuera posible, incluyendo el equipo técnico, el equipo artístico, la sinopsis, las fotos del rodaje, el tráiler, la sección de noticias, un blog, menciones en prensa y televisión, festivales a los que ha sido aceptado, premios que ha ganado, materiales de prensa que se puedan descargar y botones para poder comprar el DVD, con varios sistemas de pago si es posible, incluyendo PayPal.

Recurso Web

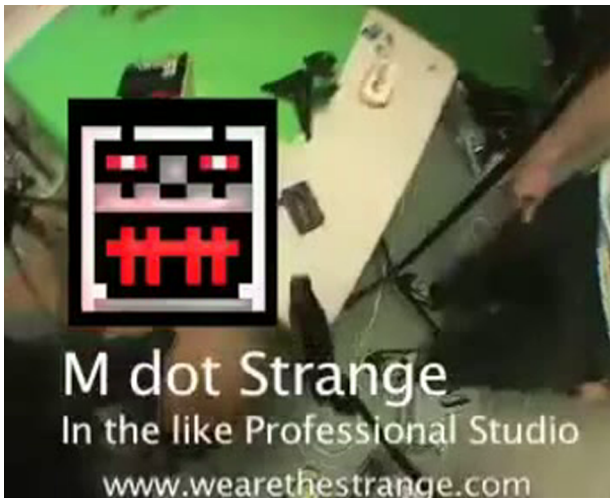
Podéis visitar: http://www.wearethestrange.com

Como ejemplo, es interesante ver *We are the Strange,* del director M dot Strange, una película de animación independiente que utiliza la técnica *stop motion,* gráficos generados por ordenador y efectos de pantalla verde. Fue estrenada en enero del 2007 en el Festival de Cine de Sundance, y se centra en dos

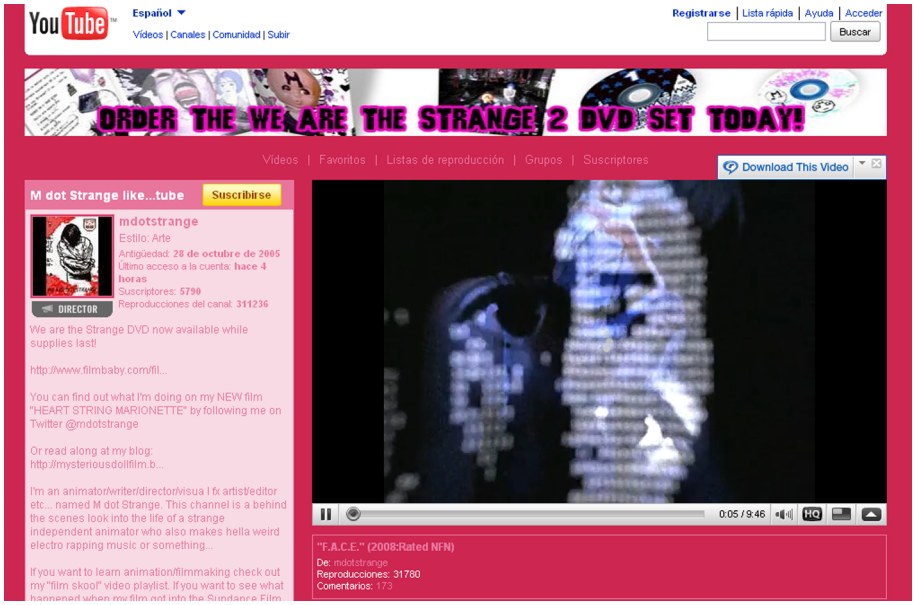
personajes diametralmente opuestos, en su lucha por la supervivencia en un mundo siniestro y fantasioso: una mujer que se llama Blue, quien tiene una enfermedad degenerativa misteriosa, y una muñeca viva llamada eMMM.



El director estuvo trabajando dos años en el proyecto, en un cuarto de su casa minúsculo, tomando foto tras foto, para preparar esta maravilla que ha sido considerada "algo que Hollywood haría por unos 70 millones de dólares" y "el primer vídeo de YouTube que es estrenado en el Festival de Cine de Sundance".



M dot Strange hizo la distribución por su cuenta, y preparó esta web para el proyecto, mediante la cual es posible comprarlo, formar parte de la comunidad de seguidores y ver todo lo relacionado con el mismo.



3.2. Compartir publicidad

Básicamente, se licencia la película a otra web, para que habilite *streaming* o *downloads*, y coloque publicidad al principio o al final de la misma. *Streaming* significa que se puede ver directamente haciendo clic en la web. *Download* significa que se debe bajar toda la película al ordenador. A cambio, se ofrece un porcentaje de las ventas de publicidad logradas por medio de la película.

Direcciones web de interés

En la actualidad, existen varias webs ofreciendo estos servicios:

- www.blip.tv - 50% de la publicidad pagada cada trimestre.
- www.revver.com - 50% de la publicidad.

- www.metacafe.com - Por cada 1.000 visionados se pagan 5 dólares, pero los pagos se demoran hasta que se consiguen 20.000 visionados.
- www.babelgum.com - Por cada 1.000 visionados se pagan 5 dólares, pero los pagos se demoran hasta que se consiguen 40.000 visionados.
- www.lulu.tv - Se juntan todos los ingresos de publicidad cada mes, y son distribuidos a los creadores de contenido en base a la popularidad de sus películas, después de deducir una comisión del 20%.

3.3. Ingresos por *downloads* o *streaming*

Se licencia la película a otra web, que cobra un precio a la audiencia por verla, tanto en *streaming* como *downloads,* y paga una parte de ese precio al propietario de la película. Muchas veces, uno puede establecer el precio de venta, y ellos simplemente añaden una comisión.

Direcciones web de interés

Hay muchas webs ofreciendo estos servicios:

- www.createspace.com - Web que pertenece a Amazon y permite establecer el precio. Se queda con el 50% de los ingresos.
- www.cruxy.com - Se queda con el 3% del precio de venta, más 10 céntimos, y añade los costes de PayPal, lo que deja los costes en un 10% dependiendo del precio de venta.
- www.eztakes.com - Se queda con el 35% de los ingresos, y ofrece contratos de no exclusividad.

3.4. Webs que indexan *torrents:* www.stealthisfilm.com

Recurso web

Podéis visitar: http://www.stealthisfilm.com

Muchos cineastas están comenzando a acercarse a los portales que indexan *torrents* para crear su propia comunidad. Creen que surgirán nuevos modelos de negocio, y que lo mejor es ser amigo de tu propio enemigo, la piratería. Pero, ¿pueden las redes que avivan la piratería ofrecer también modelos de negocio legítimos para los cineastas? Algunos como Jamie King, creador de *Steal This Film,* piensan que sí.

Steal This Film es un documental sobre copyright y propiedad intelectual. Cuando Jamie tuvo que distribuirlo, lo llevó directamente al lugar en el que estaba su audiencia, los portales que indexan *torrents*. Mediante un acuerdo promocional con los portales, pudieron obtener intercambios de logos y *banners* que animaban a la gente a bajarlo gratuitamente. Además, al final del documental, había una petición que pedía una donación para el siguiente proyecto. En abril del 2009, habían recibido más de 30.000 dólares en donaciones, y el documental había sido bajado más de seis millones de veces.

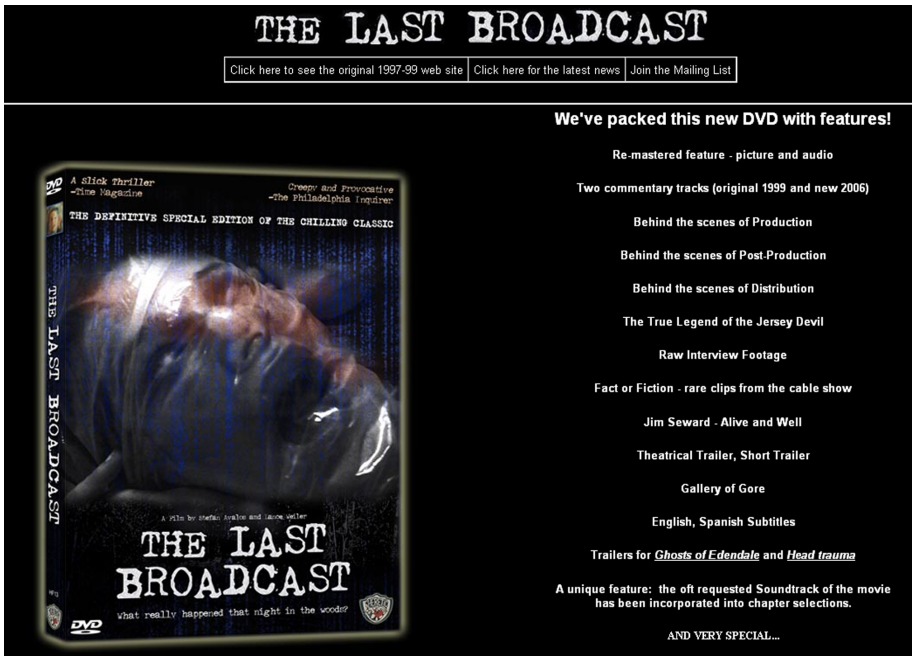
Jamie cree que, en el futuro, sería posible obtener un 0,5% de la audiencia que donara si el cineasta añadiera los incentivos adecuados. Lo cree tan firmemente que está desarrollando su propio modelo de negocio. Pronto lanzará un nuevo servicio llamado VODO (donación voluntaria), por medio del cual será posible asignar y seguir donaciones realizadas al fichero .torrent de una película.

El otro lado del modelo es DISCO (coalición de distribución), que colocará las películas participantes delante de 50 millones de usuarios cada mes. La lista de socios en DISCO está formada por los principales portales de *torrents* del mundo: The Pirate Bay, Mininova, isoHunt, etc.

3.5. Innovar

Lance Weiler, uno de los principales gurús sobre cine independiente, a quien la revista *Wired* considera "una de las veinticinco personas que están reinventando el entretenimiento y la cara de Hollywood", ha innovado tanto como ha podido para promocionar y distribuir sus películas, y siempre ha experimentado con nuevas formas de contar historias y llegar a la audiencia.

Su primer proyecto, *The Last Broadcast,* la primera película estrenada en cines sólo en formato digital, costó 900 dólares en 1998, fue distribuida en más de 20 países, vendió más de 100.000 VHS/DVD y recaudó más de 4 millones de dólares.



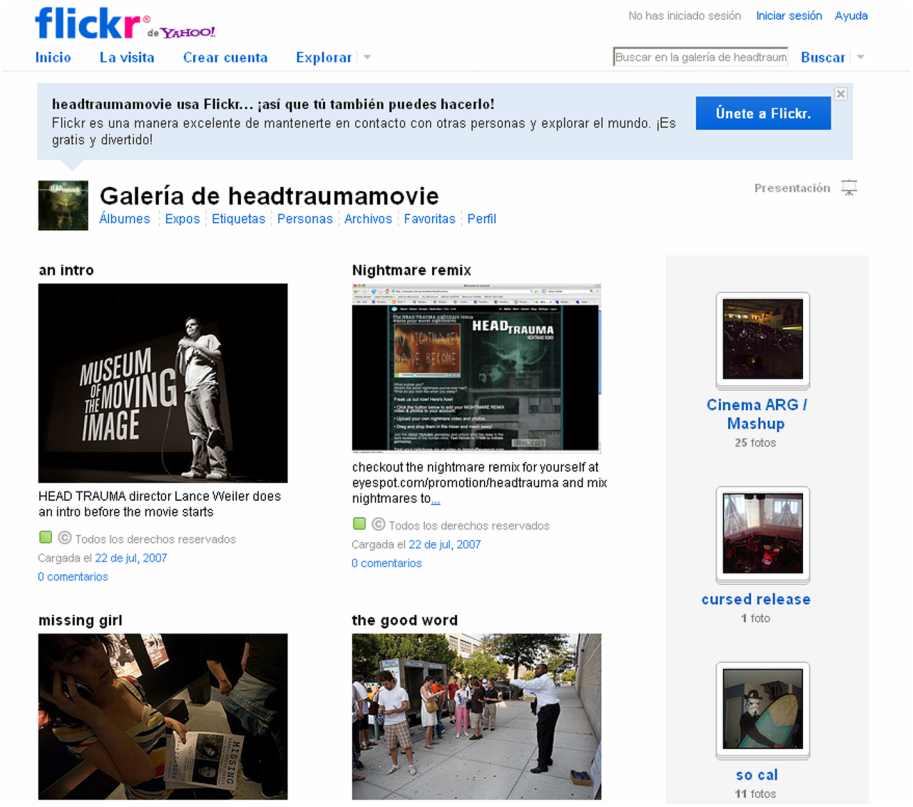
En su siguiente proyecto, *Head Trauma* (2006), en vez de buscar distribución en los grandes estudios, utilizó la aceptación en el Festival de Cine de Los Angeles para promocionarse en prensa, hacer contactos, ver la reacción de la audiencia y, lo más importante, anunciar su plan de distribución.

Su plan era estrenar la película en quince ciudades comenzando en agosto, para lanzar la venta por DVD dos meses después y, en octubre, vender una banda sonora alternativa a la película. Habló con los propietarios de los cines, y acordó con ellos un 50-50%, respaldado por una campaña de marketing *low-cost* llevada a cabo por él y equipos de gente en la calle, boca-oreja e Internet. Además, acordó con los cines que atendería algunas proyecciones para sesiones de preguntas y respuestas con la audiencia, e hizo lo mismo con escuelas y sociedades locales de cine, para financiarse el viaje. En cada proyección vendió pósters, consiguiendo, de media, unos 200 dólares por noche en *merchandising*. A continuación, cerró un acuerdo con una distribuidora de DVD, respaldado por la proyección y promoción nacional de su película en las quince

ciudades. Pidió mantener los derechos digitales, de forma que los derechos de *streaming* y *downloads* fueran sólo suyos, y el derecho de poder vender DVD desde su web.

En octubre salió a la venta la nueva banda sonora, en la que había canciones de varias bandas, para que la gente pudiera bajar el volumen del televisor y escuchar el CD con dicha banda, al tiempo que veían la película, creando así una experiencia de visionado nueva. Automáticamente, la prensa lo recogió en nuevos artículos, sobre las bandas, y la película. Y entonces, para consolidar la atención, preparó varias proyecciones de la película, incluyendo a algunas de las bandas tocando en directo.

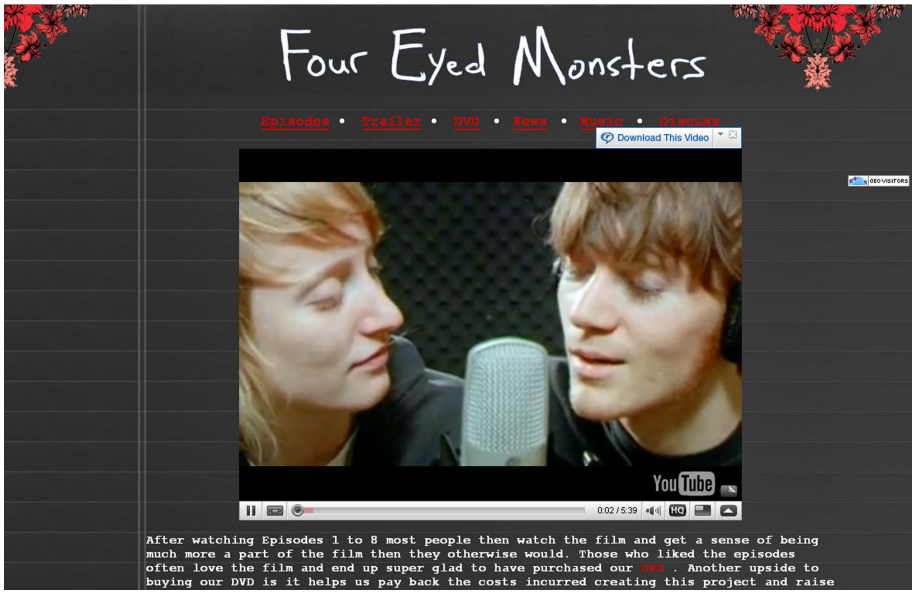
También desarrolló un ARG de cine en torno a la película (*alternate reality game:* juego de realidad alternativa), una mezcla de película, música, teatro y juego cuyos elementos experimentaron más de 2,5 millones de personas en cines, móviles, Internet, etc.



3.6. Buscar patrocinadores

A veces, si un proyecto es interesante o se tiene alguna idea novedosa, se puede llegar a conseguir patrocinadores que lo apoyen y permitan conseguir una mayor visibilidad y distribución. Eso es lo que hicieron Susan Buice y Arin Crumley con *Four Eyed Monsters,* una película del 2005 sobre la evolución de la relación real de los propios directores, que la colgaron en la web en varios

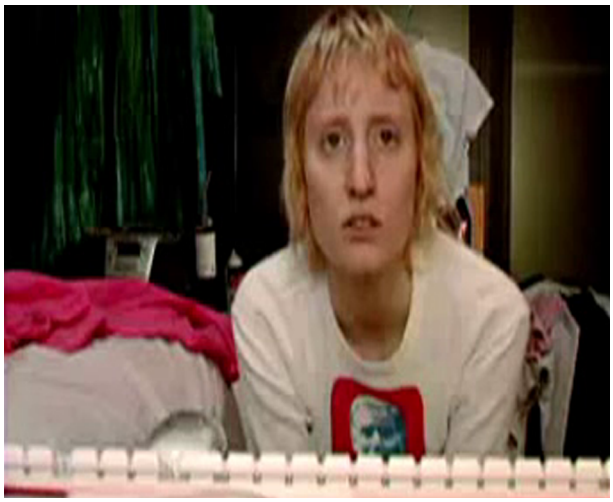
episodios, hasta ganar una gran multitud de seguidores que les ayudaron a decidir en qué ciudades se proyectaba. En total, sus vídeos han sido vistos más de un millón de veces.



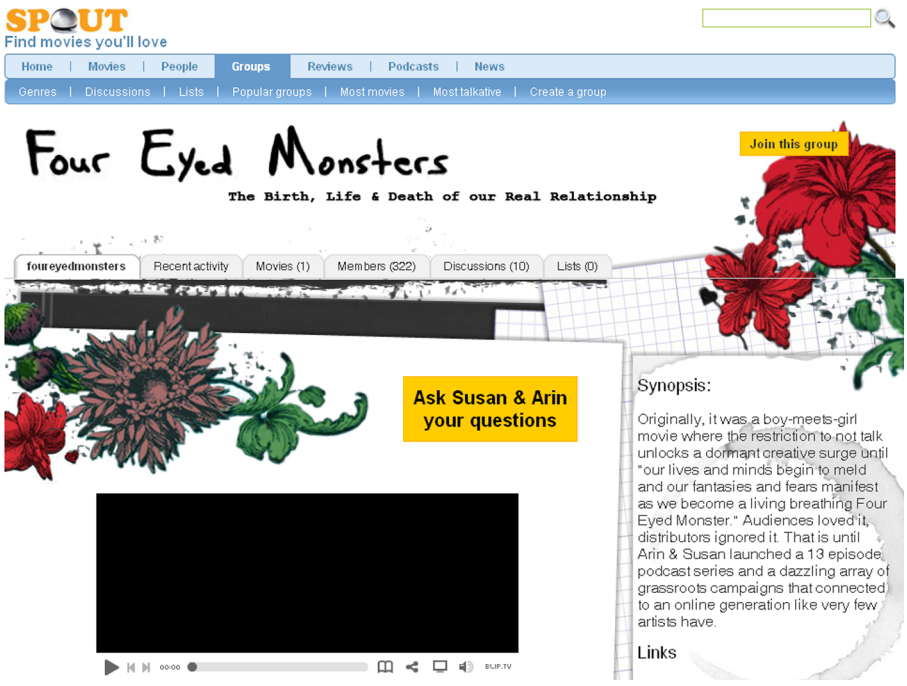
Aunque la financiaron con sus tarjetas de crédito, y les costó 80.000 dólares, la historia tiene un final feliz, ya que ganaron 100.000 después de que la audiencia les apoyara para ganar un premio de IndiWire, una prestigiosa web de noticias relacionadas con el cine independiente.

Debutó en el circuito de festivales en enero del 2005, en el Slamdance Film Festival. Después de asistir a docenas de festivales, la gente comenzó a pedirles que proyectaran la película en su zona, y decidieron marcar en un mapa de Google los códigos postales de las zonas que tenían más peticiones. En septiembre del 2006, proyectaron la película en seis ciudades cada semana durante todo el mes. Debido al éxito de las proyecciones de septiembre, consiguieron estrenar la película en cine, en diciembre del 2006, en el Cinema Village del barrio de Greenwich Village de Nueva York.

En junio del 2007, se convirtió en el primer largometraje en ser estrenado en su totalidad en YouTube durante una semana, pero se extendió hasta agosto del 2007. Hasta aquel momento, YouTube era una web sólo para vídeos cortos.



Aprovechando el impacto en YouTube, el portal de críticas y recomendaciones de cine Spout.com decidió apoyarles también, y hacer crecer su comunidad alrededor de esta película. Al principio de la película que se colgó en YouTube, los directores incluyeron un mensaje diciendo que estaban en números rojos, porque se lo habían gastado todo en la película, y que por cada persona que se registrara gratuitamente en Spout.com, Spout.com les pagaría 1 dólar. Al final de la semana, habían conseguido 50.000.



Todo esto y mucho más de lo que hicieron Susan y Arin, fue posible porque ellos mismos realizaron un inmenso trabajo de distribución y promoción, durante varios años, y que aún continúa.

4. Promoción

Hay muchas formas de promocionarse de forma tradicional (tele, TV, periódicos...), pero intentaremos ver y seguir lo que hacen los cineastas más independientes, para tener éxito como Arin, Susan, Lance y los demás.

Tal y como hemos dicho anteriormente, lo importante es conseguir tener una comunidad propia, porque ella es la que financiará, promocionará y distribuirá los proyectos. Por lo tanto, se debe mantener una comunicación constante con los miembros de la comunidad.

4.1. Herramientas

Hay varias herramientas que cualquier cineasta independiente debería comenzar a utilizar, y que se verán presentes en la mayoría de proyectos que hemos comentado en este material, de las que destacaríamos: Wordpress, Twitter, Feedburner, Delicious, Flickr, Filmutea, Wreck a Movie y los principales portales.

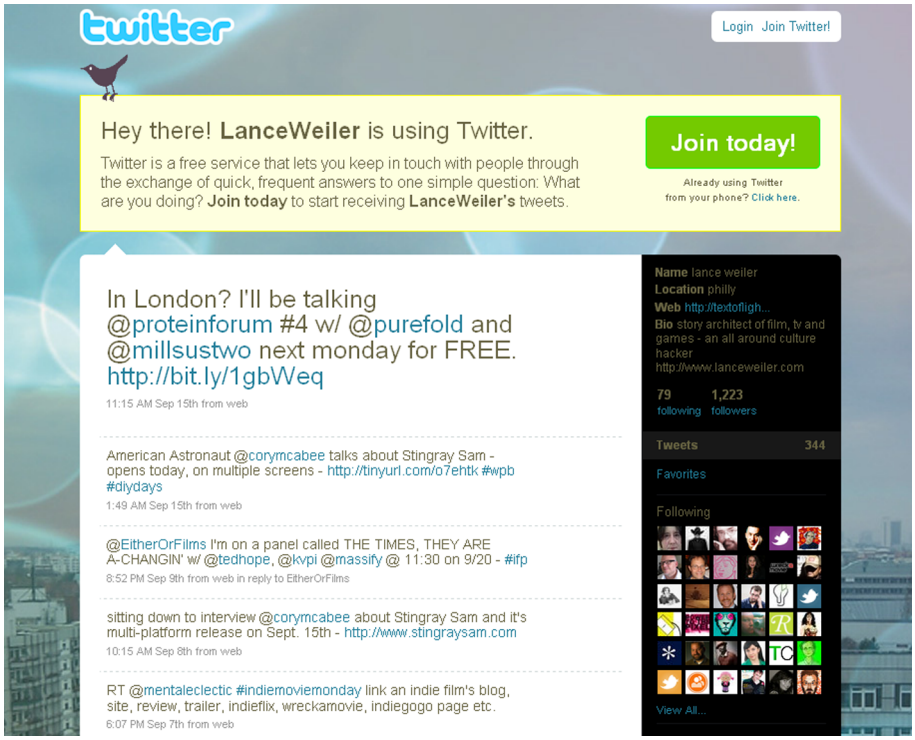
4.1.1. Wordpress

Wordpress es una web que permite crear blogs, con los que se informa a la comunidad de lo que se está haciendo, lo que gusta, lo que se piensa, la forma en que evolucionan los proyectos, etc. El blog puede ser personal o simplemente de trabajo, pero, como cineasta, es importante que se promocionen tanto los proyectos como a uno mismo. Además, es importante que los blogs sean muy activos y divertidos, y no estáticos y aburridos.

Así es como lo hace Kevin Smith, director de *Clerks*.

4.1.2. Twitter

Twitter es una web que permite dejar en una página personal, mensajes cortos de 140 caracteres, como si fueran mensajes SMS. Pueden enviarse desde la misma página o desde el móvil, y lo bueno es que permite también ir siguiendo lo que otros van diciendo, y ser seguido. Básicamente, permiten iniciar una conversación, y que la comunidad sepa qué se está haciendo en cualquier momento del día. Este es el de Lance Weiler.

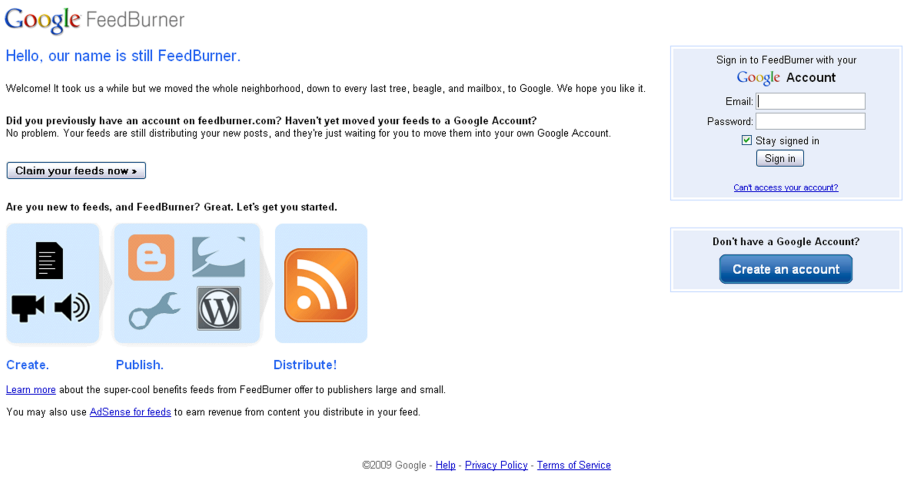


4.1.3. Feedburner

Cuando se tiene un blog, es necesario que la comunidad llegue a los mensajes.

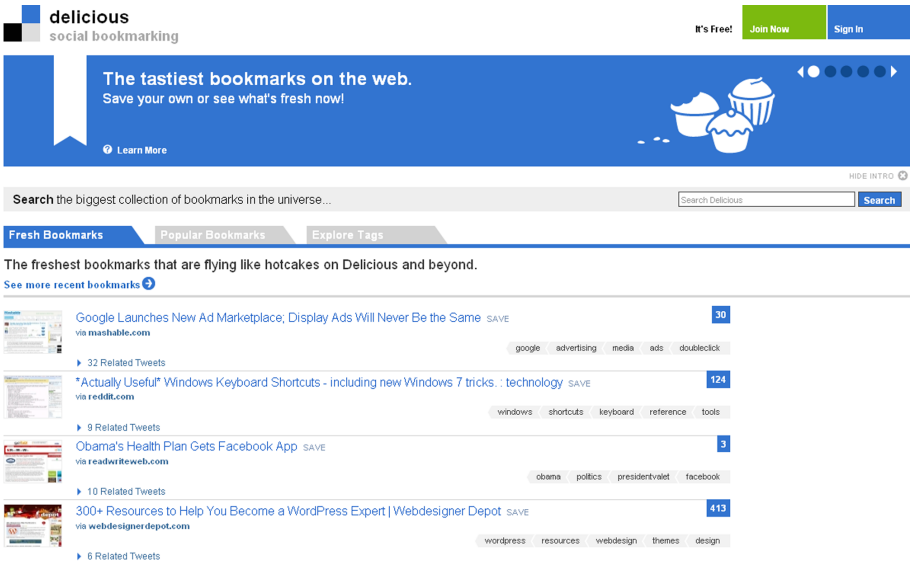
Ya que no se podía esperar que la gente entrara en los blogs cada día, para ver si había mensajes nuevos, aparecieron los formatos RSS, que permiten a los usuarios colocar un blog cualquiera en su propia página o dispositivo, y que se les actualice allí. Después aparecieron también los agregadores de RSS, que permiten colocar en sólo una página tantos RSS como se quieran (por ejemplo, Netvibes).

En la actualidad, existen varios protocolos más aparte del RSS. Si se utiliza Wordpress, seguramente no se tiene que cambiar nada, pero si se utiliza otro tipo de proveedor de blogs, Feedburner permite que un blog funcione con todo tipo de protocolos.



4.1.4. Delicious

Delicious permite encontrar, recordar y compartir con la comunidad todas aquellas webs que a uno le gustan. En vez de tener las favoritas sólo en el navegador, se tienen en línea, y así los demás pueden acceder a ellas.



4.1.5. Flickr

Permite colgar las fotos en línea: personales, de rodajes, festivales, clases, seminarios..., y que puedan ser compartidas con la comunidad. Además, se les puede asignar Creative Commons, y que los demás las utilicen.

4.1.6. Filmutea

Filmutea es una red social española de cineastas independientes, que tiene más de 32.000 profesionales registrados, y con la que se pueden extender las redes de contactos en el sector. Además, en ella se puede encontrar: equipo

técnico, equipo artístico, cámaras, ofertas de trabajo, información de cursos, proyecciones, festivales, estrenos, etc. En definitiva, todo lo que se necesita para las producciones.

Aunque es más una herramienta de producción, al igual que Wreck a Movie del siguiente apartado, estas dos webs permiten crear y ampliar una comunidad, que en definitiva es la que ayudará a promocionar y distribuir el proyecto. Fue fundada en noviembre del 2005 por Robert Figueras y Gemma Dunjó, los creadores también de este material, para facilitar que los cineastas españoles mejoraran la comunicación entre ellos y los procesos creativos.

Robert y Gemma estuvieron viviendo y trabajando en Londres del 2001 al 2007, periodo en el que estuvieron involucrados conjuntamente en más de 50 proyectos audiovisuales como directores, productores o ayudantes. Llevan varios años analizando las tendencias en cine independiente en los mercados anglosajones, observando el trabajo de muchos cineastas incluidos en este material, e implementándolos personalmente para llegar a producir y dirigir sus propios proyectos. Creen firmemente en el papel que tienen Internet y las nuevas tecnologías sobre la evolución del cine más independiente.

4.1.7. Wreck a Movie

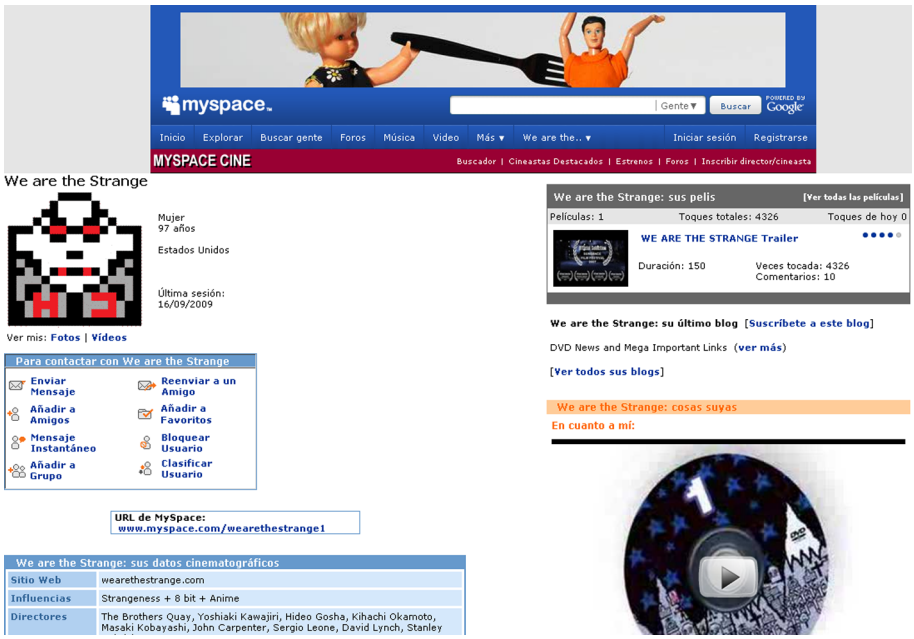
Wreck a Movie es una web lanzada en febrero del 2007 por Star Wreck Studios, creadores de *Star Wreck* junto con Timo Vuorensola, mencionados anteriormente en este material.

Basados en la experiencia de crear el fenómeno de *Star Wreck,* los Star Wreck Studios desarrollaron una plataforma colaborativa de proyectos, diseñada para concentrar la pasión de distintas comunidades para crear cortometrajes, vídeos musicales, largos, películas para móviles e Internet, y mucho más.

Se trata de una comunidad social, un mercado que construye comunidades en torno a las producciones cinematográficas. Ayuda a que se hagan los proyectos más rápidamente, y a un coste considerablemente menor, por medio del trabajo subcontratado a la comunidad, mediante tareas individuales, y recursos en línea.

4.1.8. Principales portales

Es necesario tener y mantener una presencia en los principales portales. Retomando el ejemplo de *We are the Strange,* el director tiene presencia en MySpace, YouTube y Facebook, y al final, lo que consigue es que más personas vean su proyecto, y que alguna de éstas acabe comprando el DVD.



4.2. Remix

El Remix consiste en la creación de nuevas piezas promocionales por parte de la comunidad, utilizando el tráiler del proyecto o una escena. Como ejemplo, veremos las condiciones que establecen Timo Vuorensola y su equipo para *Iron Sky.*

Ofrecen el vídeo y el audio del *teaser* en ficheros diferentes, para que sea más fácil la edición. Lo que les interesa es ver la interpretación personal del *teaser* que hace cada fan, y de la canción *Under the Iron Sky,* aunque se puede hacer también algo completamente diferente, siempre y cuando se sigan un par de normas.

Ofrecen el *teaser* con la licencia Creative Commons "Atribución-No Comercial-Compartir Igual", lo que significa que cualquier persona es libre de remezclarlo, o la canción, siempre y cuando no sea con fines comerciales, se atribuya la fuente del *teaser* original, y se licencie el resultado final mediante la mismas normas.

Piden también que se suban las remezclas a YouTube, como vídeo respuestas al *teaser* oficial de *Iron Sky,* para irlas contabilizando. Esta es una de las respuestas:

4.3. *Webisodes* y *movisodes*

Consiste en crear contenido, y habilitarlo para la web (*webisodes*) o para los móviles (*movisodes*), en forma de episodios de poca duración, normalmente, con objetivos distintos, que van desde crear una serie por Internet, o promoción personal, o tarjeta de presentación, a utilizarlos para promocionar y complementar otro proyecto.

Recurso web

Lista de web series en Wikipedia en http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Web_television_series

En cualquier caso, el hecho de emitir la historia poco a poco favorece la creación de una comunidad de fans propia, y a que la historia llegue a nuevos aficionados, que estén pendientes constantemente del próximo capítulo, y de cómo evolucionan los diferentes aspectos de la historia.

La mayoría de episodios por Internet independientes son gratuitos, cosa que permite satisfacer ciertos objetivos iniciales, como dar a conocer el trabajo personal, o conseguir trabajos más profesionales. Pero, en otros casos, se utilizan para promocionar otro trabajo, como un largometraje o un documental, en el que ya existen unos intereses más económicos, tanto como avances de lo que contendrá la película como para mostrar el *making off*.

En general, están más desarrolladas las series por Internet que para móviles, seguramente por la menor penetración del audio y vídeo a gran velocidad por móvil, pero a medida que la tecnología avance, y los costes de descarga sean menores por móvil, el diferencial será menor. Así, la introducción del iPhone y de otros modelos de móvil similares está permitiendo que cada vez más contenido audiovisual esté al alcance de todo el mundo en este tipo de aparatos. Cuando el equilibrio entre tecnología, coste para el consumidor y velocidad de descarga sea más razonable, el contenido más independiente se multiplicará.

Ejemplo

Existen algunos ejemplos muy conocidos como los siguientes:

- *Four Eyed Monsters:* el proyecto de Susan Buice y Arin Crumley que hemos comentado anteriormente en este material.

- *LonelyGirl15*: una serie de ficción que se popularizó por YouTube. El personaje principal es una usuaria de YouTube del mismo nombre, aunque se la conoce también como Bree. El personaje adquirió una gran fama con sus vídeos, que llegaron a tener 15 millones de descargas. Posteriormente, el público empezó a sospechar y a decir que Lonelygirl15 era una actriz neozelandesa llamada Jessica Rose. Un artículo del *New York Times* desveló que la serie había sido creada por Ramesh Flinders, un guionista y director del condado de Marin, en California, y por Miles Beckett, un cirujano que se había pasado al mundo del cine. La emisión empezó el 16 de junio del 2006, y terminó en agosto del 2008.

- *The West Side*: un *western* urbano basado en un universo alternativo, que mezcla elementos de dos géneros del cine muy dispares; un *thriller* en una zona urbana que contiene la tradición del *western* estadounidense. Sus creadores, Ryan Bilsborrow-Koo y Zachary Lieberman, consiguieron un valor de producción muy alto, considerando que sólo eran dos o tres personas, utilizaron una cámara HDV y una lente tele. En el 2008, ganaron un Webby Award a la mejor serie dramática, por delante de *Lonelygirl15*.

- *Qué vida más triste*: una serie de humor en línea española creada por Natxo del Agua y Rubén Ontiveros, y el guión y dirección por el mismo Rubén Ontiveros. Alcanzó, a principios del 2008, más de 2 millones de visitas a su página web; y en octubre del 2008 se trasladó el formato a una serie de televisión, que emite La Sexta.

- *Stop Starbucks*: uno de los nuevos proyectos de Robert Greenwald, el director de *Iraq for Sale* que hemos visto antes en este material, y producido desde su organización, Brave New Films. Es un proyecto que se enfrenta a la empresa de cafeterías Starbucks, por presionar a sus empleados para que no se alisten a los sindicatos estadounidenses. Para ello, están realizando un documental del que irán publicando episodios en la web; hacen un llamamiento para firmar una petición que quieren entregar al Con-

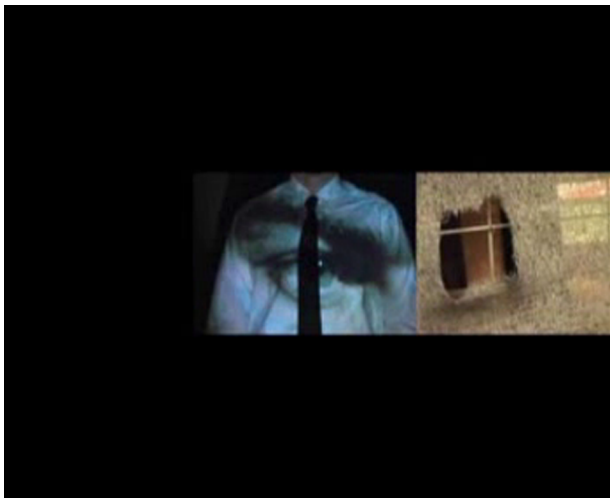
greso de Estados Unidos y para la que necesitan 50.000 firmas; piden a la comunidad que reenvíe los episodios a sus amigos y familiares, y que los coloquen en sus perfiles de Facebook; piden también que se publiquen sus noticias en los agregadotes de noticias, para que esta campaña sea más prominente que los Starbucks; y abren un sistema de comunicación con el director y los productores, para que cualquiera de los 1.127.000 empleados de Starbucks de Estados Unidos pueda contarles su historia.

- *Iron Sky:* otro proyecto que hemos comentado anteriormente en este material. Timo y su equipo llevan desde hace tiempo publicando, en YouTube y otras webs, una serie de episodios que sirven de *making off* y que permiten a los seguidores estar continuamente conectados con el proyecto, y ver cómo evoluciona la producción.

4.4. Estreno virtual

Preparar y realizar el estreno virtual del proyecto, como hizo el director Jaime Rosales con su película *Tiro en la cabeza,* que fue estrenada en el 2008 en Internet al mismo tiempo que en los cines, con el objetivo de aprovechar las nuevas tecnologías para que la obra pudiera llegar a todas partes y no sólo a las dieciocho salas de diez provincias españolas en las que se estrenaba.

Cuatrocientas personas –cien por cada una de las cuatro sesiones virtuales que había disponibles– pudieron verla en tiempo real y sin posibilidad de descarga, tras pagar 3,4 euros por medio de dos SMS. Más adelante, este tipo de estrenos serán más habituales, con alfombra roja, asientos limitados y celebridades virtuales.



4.5. Tienda en línea para Merchandise

Existen una serie de webs, como Spreadshirt.com, en las que es fácil crear una tienda propia, para vender todo tipo de productos comerciales relacionados con el proyecto. Estas webs ofrecen un catálogo de decenas de productos sin diseño, incluyendo camisetas, tazas, pósters y muchos otros, con lo que lo único que se necesita es preparar los diseños gráficos y subirlos a la web para estamparlos, pintarlos, coserlos o grabarlos en los distintos productos. No es necesario ni comprar existencias por adelantado. Cada vez que un fan compra un producto, ellos lo preparan y se lo envían directamente.

4.6. Sesiones de preguntas y respuestas

Es necesario que el director y algunos de los principales miembros del equipo de producción atiendan sesiones de preguntas y respuestas en tantos festivales, eventos y cines en los que se proyecte la película como sea posible, ya que

a la comunidad le gustará poderles conocer en persona, porque las experiencias personales siempre superarán todo lo que pueda leerse en libros, revistas, Internet y demás medios.

4.7. Proyecciones temáticas

Dependiendo de la naturaleza y del género del proyecto, hay cineastas que organizan proyecciones temáticas para escuelas, grupos y empresas que, sin duda, favorecen a la promoción y distribución del proyecto hacia todos los miembros de estos grupos y otros que entran en contacto con ellos.

Un claro ejemplo es *Blast,* del director y productor Paul Devlin.

En *Blast,* el cineasta Paul Devlin sigue la historia de su hermano Mark Devlin PhD, director de un equipo de científicos que esperan descubrir cómo se formaron todas las galaxias, mediante el lanzamiento de un nuevo telescopio revolucionario, utilizando un globo de gran altitud de la NASA. Su aventura lleva a los científicos desde el Ártico sueco al país de los inuit y los osos polares en Canadá, donde fallos catastróficos fuerzan al equipo a intentarlo de nuevo desde el hielo desolado de la Antártica.

Desde el 2006, el documental ha sido proyectado en multitud de festivales, y aun y así, actualmente están organizando una serie de proyecciones por todo el mundo para el Año Internacional de la Astronomía 2009, publicitándolo como la manera perfecta de aumentar el interés por la astronomía y el estudio científico en cada comunidad local, en la que cada cual puede organizar su propia proyección en su universidad, museo, planetario y centro social local. Además, tienen todas las proyecciones marcadas en un mapa de Google Maps, con lo que la comunidad puede saber rápidamente si se proyectará cerca.

4.8. *Alternative reality games* (ARG)

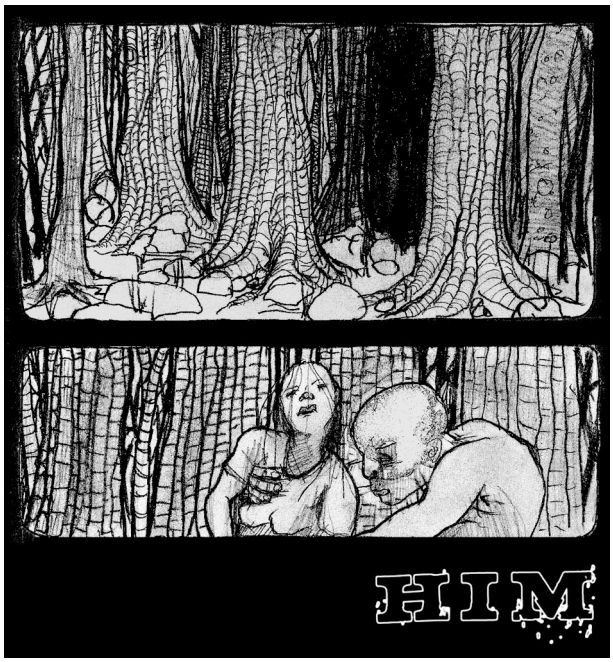
Tal y como hemos visto en este material con Lance Weiler, hay cineastas que desarrollan ARG en torno a sus proyectos que, en la práctica, acaban siendo una mezcla de película, música, teatro y juego, cuyos elementos son experimentados por cientos o miles de personas en cines, móviles o Internet.

En un ARG, por ejemplo, algunos personajes de la película salen disfrazados para asustar al público durante la proyección, se puede llamar a un número de teléfono y así conseguir pistas adicionales sobre la película, se accede a una novela gráfica en línea para seguir otros aspectos de la historia, etc.

Referencia bibliográfica

ARG en Wikipedia - http:/ /en.wikipedia.org/wiki/ Alternate_reality_game

El nuevo proyecto de Lance, llamado *HIM*, ganó recientemente el Arte France Cinema Award del Rotterdam International Film Festival. Es un premio que se otorga cada año al mejor proyecto CineMart: 10.000 euros que sirven para financiar el desarrollo del proyecto. *HIM* es un largometraje sobre un virus que afecta a los adultos de un pequeño pueblo, dejando a los niños para que luchen por sus vidas. Para complementarlo, Lance creará un ARG, episodios cortos para la web o móviles, eventos en directo interactivos y una novela gráfica en línea.



4.9. ¿Qué más se puede hacer?

Estamos viendo que, para una buena promoción y distribución, no es suficiente con ser activo, sino que se ha de ser muy proactivo. Además de lo dicho hasta ahora, también es interesante destacar los siguientes aspectos:

- Promoción en otras webs: conseguir que grandes revistas y publicaciones incluyan una crítica de la película puede ser complicado, pero cada día hay más *bloggers*. Se tienen que buscar aquellos que estén inicialmente interesados en el género de la película, y no centrarse sólo en webs de cine.

- Vídeos virales: no muy a menudo, un vídeo viral se extiende por Internet rápidamente, y para conseguirlo, se debe tener imaginación. También es interesante que se publiquen varios tráilers diferentes poco a poco, enlazando al final cada uno con la web, o mejor aún, con la tienda en línea en la que comprar los DVD.

- Incentivar a la gente a que den su correo electrónico: se tienen que ofrecer cosas extras, como acceso a vídeos y fotos del rodaje, que vean a otros fans en un mapa de Google, etc.

- Incentivar a la gente a que compre la película: una cosa es que la gente vaya a la web y otra muy diferente es que acaben comprando el DVD. Por eso, deben ofrecerse descuentos, adhesivos, colocar múltiples botones en la web para comprar, etc.

- Correo electrónico y marketing: ¿recuerdas los correos que se han obtenido por la web? Es momento de enviarles un *e-mail,* añadiendo descuentos, incentivos, fotos del rodaje, algún tráiler, etc.

5. Derechos de autor y propiedad intelectual en el audiovisual: fundamentos, gestión de derechos y tipos de licencias

La disparidad de herramientas que hacen posible la grabación y edición de vídeos, la multiplicación de espacios de producción y creación audiovisual, así como el acceso casi ilimitado a imágenes de manera instantánea a bajo o nulo coste, son los responsables de una nueva realidad. En este sentido, las licencias abiertas o *copyleft* se presentan como herramientas elementales en la expansión de la creación audiovisual. Sin embargo, el mundo de la producción audiovisual es, entre los espacios creativos, en el que menos implantado está el *copyleft*.

Hasta el momento, la aplicación del *copyleft* en el mundo audiovisual se ha llevado a cabo de manera aislada entre colectivos, productoras o creadores, pero todavía dista mucho de ser una opción de masas.

5.1. Rasgos definitorios de la obra audiovisual según la Ley de Propiedad Intelectual. Distinción entre obras audiovisuales y grabaciones audiovisuales

Como herramienta útil para quien quiera licenciar de manera no restrictiva materiales audiovisuales, es necesario partir de los conceptos básicos sobre los que se sustenta la legislación de propiedad intelectual cuando se refiere a las obras audiovisuales.

La Ley de Propiedad Intelectual, en su artículo 86, establece la siguiente definición de la obra audiovisual:

"**1)** Las disposiciones contenidas en el presente título serán de aplicación a las obras cinematográficas y demás obras audiovisuales entendiendo por tales las creaciones expresadas mediante una serie de imágenes asociadas, con o sin sonorización incorporada, que estén destinadas esencialmente a ser mostradas a través de aparatos de proyección o por cualquier otro medio de comunicación pública de la imagen y del sonido, con independencia de la naturaleza de los soportes materiales de dichas obra".

A pesar de que el citado artículo 86.1 no diga nada sobre la necesidad de la "originalidad" de la obra audiovisual, en cualquier obra de propiedad intelectual es ineludible por imperativo del artículo 10 de la Ley de Propiedad Intelectual, en el que se establece como el presupuesto general de tutelabilidad de toda obra de ingenio la originalidad.

"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".

Doctrinalmente, hablar de originalidad conlleva que la idea de creación implica un hecho humano, resultado de la proyección personal de un autor (persona física). Es decir, una creación humana, concreta y singular.

Hay que tener en cuenta que también estará presente este carácter creativo cuando la actividad fundadora de la obra consista en transformar cualquier obra preexistente con el fin de obtener una obra derivada, como podría ser la transformación de una novela en obra audiovisual.

Reflexión

¿Ha de considerarse como obra audiovisual, de acuerdo con la Ley de Propiedad Intelectual, una mera reproducción de un acontecimiento meramente externo a su autor, como la retransmisión de un partido de fútbol o de unos juegos olímpicos?

Como hemos señalado, sólo serán consideradas obras objeto de propiedad intelectual en tanto en cuanto sean originales. En este sentido, una secuencia de imágenes sin que conlleve una particularidad creativa no se considerará dentro de los elementos definitorios del artículo 86 de la Ley de Propiedad Intelectual y, por lo tanto, no gozarán de la protección del título VI del libro primero. La exigencia del carácter creativo conlleva la necesidad de un esfuerzo intelectual o artístico por parte del sujeto creador. Dicha actividad debe realizar algo más que la exclusiva aplicación de un método que, en aplicación de la lógica, únicamente conduce al mismo resultado, como la mera grabación de un acontecimiento de crónica de la vida real, o bien la retransmisión de un partido de fútbol; en principio, estas no serán consideradas como actividades creativas, sino que se tratarán de actividades puramente técnicas.

La filmación de un partido de fútbol o un concierto será o no obra audiovisual en función de su creatividad; por lo tanto, se deberá valorar si de esa filmación se plasma la creatividad de su autor.

No toda filmación ha de ser necesariamente original, y por ello no toda merece la consideración de obra audiovisual. Sin embargo, serán consideradas grabaciones audiovisuales que, sin ser obras propiamente dichas, sí que poseen otros derechos de explotación que corresponderán a los productores audiovisuales de las mismas, y éstos, como propietarios de la grabación, podrán ceder su comunicación pública y su reproducción a terceros.

Los derechos de los productores también son llamados "derechos conexos o vecinos". Los productores, propietarios de las grabaciones audiovisuales, gozan de la titularidad del derecho para comercializar sus filmaciones. Estos derechos son de contenido económico y recaen sobre el soporte en que quedó grabada esa filmación. La doctrina española a este tipo de grabaciones las llama "meras grabaciones".

La importancia económica que revisten algunos de estos resultados se mueve al margen de la finalidad que persigue el legislador del derecho que confiere al autor de una obra de propiedad intelectual. Por lo tanto, que dichas grabaciones sean susceptibles de constituir grandes transacciones económicas no significa que, por ello, su realizador deba obtener un derecho de autor sobre las mismas.

Hay que tener en cuenta que no todas las grabaciones audiovisuales serán consideradas obras audiovisuales, pero sí que todas las obras audiovisuales serán consideradas grabaciones audiovisuales.

> El artículo 120 de la Ley de Propiedad Intelectual reconoce que el derecho conexo que corresponde a los productores audiovisuales sobre sus grabaciones es independiente de si la grabación audiovisual es considerada o no como obra audiovisual:
>
> "**1)** Se entiende por grabaciones audiovisuales las fijaciones en un plano o secuencia de imágenes, con o sin sonido, sean o no creaciones susceptibles de ser calificadas como obras audiovisuales en el sentido del artículo 86 de esta ley.
>
> **2)** Se entiende por productor de una grabación audiovisual, la persona natural o jurídica que tenga la iniciativa y asuma la responsabilidad de dicha grabación audiovisual".

La duración de los derechos de los productores será de 50 años desde el 1 de enero al año siguiente al de su divulgación.

Siguiendo la definición que establece la ley sobre la obra audiovisual, también menciona que ésta se ha de tratar como "imágenes asociadas". Sin embargo, debería añadirse también la obligación de que tengan la sensación de movimiento, de lo contrario estaríamos también incluyendo en esta definición, por ejemplo, series de diapositivas, o bien un libro electrónico. Lo que no es esencial es que la obra incorpore sonido para que quede incluida en el marco de protección del artículo 86 LPI. Posteriormente, dice que esas imágenes asociadas, con o sin sonorización, han de ser "expresadas y mostradas", es decir, que la obra audiovisual tenga la vocación de su comunicación.

Por último, el artículo 86.1 de la Ley de Propiedad Intelectual destaca que la naturaleza de los soportes materiales es indiferente; o sea, puede tratarse de una película, un DVD, una cinta magnética o cualquier soporte inventado o por inventar: su consideración como obra audiovisual no cambiará. Sin embargo, se establece como presupuesto obligatorio que la obra audiovisual esté plasmada en un soporte. Esto es un rasgo común a las restantes obras de creación de propiedad intelectual, puesto que las ideas en sí no son protegibles y es necesaria su expresión e incorporación en un objeto material para acceder a su protección.

En resumen, la obra audiovisual se enmarca en los estrictos límites del contenido icónico (imágenes asociadas en movimiento), materialización en un soporte, creatividad, originalidad y fin comunicativo.

Por último, cabe señalar que para que la obra audiovisual además reciba una tutela efectiva por el libro primero, se requiere que dicho resultado no haya sido copia total o parcial, ni que consista en una transformación no autorizada de otra obra preexistente, salvo que, en los dos últimos casos, las obras utilizadas pertenezcan al dominio público.

5.2. Otros elementos básicos de la obra audiovisual: obras en colaboración

La particularidad principal de este tipo de obras es que, generalmente, en su creación participan una pluralidad de autores, y la Ley de Propiedad Intelectual las califica como obras en colaboración. Lo que significa que la titularidad originaria pertenece a los coautores que crean la obra (director-realizador, guionista, argumentista y compositor de la música hecha de forma expresa para la obra audiovisual) y, posteriormente, la autoría derivativa corresponde al productor, que se presumirá cedida en virtud del contrato de producción.

5.2.1. Distintos tipos de obras en la que participan más de un autor: obras en colaboración; obras colectivas; obras derivadas

Nuestro ordenamiento jurídico distingue dos tipos de obra de autoría múltiple: la obra en colaboración (art. 7 LPI) y las obras colectivas (art. 8 LPI); estas últimas corresponderían, por ejemplo, a distintos trabajos editoriales, tales como una enciclopedia, un periódico, algunos formatos multimedia, etc. Las obras audiovisuales son consideradas por ley como un subtipo de obras en colaboración. Veamos los tipos de obras siguientes:

- Obras en colaboración: son las que resultan de la contribución creativa de varios autores; por ejemplo, el autor de una composición y el autor de la letra, que colaboran para la creación de un tema musical. El elemento esencial de este tipo de obras es la voluntad de todos los participantes para la creación de una obra con un resultado unitario.
  El artículo 7 de la Ley de Propiedad Intelectual regula las obras en colaboración:

  "**1)** Los derechos sobre una obra que sea resultado unitario de la colaboración de varios autores corresponden a todos ellos.

  2) Para divulgar y modificar la obra se requiere el consentimiento de todos los coautores. En defecto de acuerdo el juez resolverá.

  Una vez divulgada la obra, ningún coautor puede rehusar injustificadamente su consentimiento para su explotación en la forma en que se divulgó.

  3) A reserva de lo pactado entre los coautores de la obra en colaboración, éstos podrán explotar separadamente sus aportaciones, salvo que causen perjuicio a la explotación común.

  4) Los derechos de propiedad intelectual sobre una obra en colaboración corresponden a todos los autores en la proporción que ellos determinen. En lo no previsto en esta ley, se aplicarán a estas obras las reglas establecidas en el Código civil para la comunidad de bienes".

  Este precepto es de escasa regulación y se remite a lo establecido en los artículos 392 y siguientes del Código civil que regula el régimen de comunidad de bienes.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que habrá unos derechos que son indisponibles, como los derechos morales, los derechos patrimoniales y algunos derechos de remuneración.

- Obras colectivas: son las que se caracterizan por la existencia de una pluralidad de aportaciones o contribuciones correspondientes a distintos autores que dan lugar a una obra común; la diferencia esencial con respecto a las obras en colaboración es que, en las obras colectivas, concurre un sujeto que toma la iniciativa de la creación, quien coordina la participación de todos los autores y quien finalmente la edita y la divulga bajo su nombre; salvo pacto en contrario, la ley atribuye a esta persona física o jurídica los derechos de la obra.
  El artículo 8 de la LPI establece como obra colectiva lo siguiente:

"Se considera obra colectiva la creada por la iniciativa y bajo la coordinación de una persona natural o jurídica que la edita y la 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 concebida sin que sea posible atribuir separadamente a cualquiera de ellos un derecho sobre el conjunto de la obra realizada.

Salvo pacto en contrario, los derechos sobre la obra colectiva corresponderán a la persona que la edite y divulgue bajo su nombre".

Ejemplo

Un ejemplo de obra colectiva sería aquella que, a instancias de una editorial o de un instituto científico o cartográfico, desarrolla un grupo de autores (artísticos, literarios, científicos) para crear un mapa de carreteras, o bien los programas de ordenador (regulados en el artículo 97.2 LPI) coordinados por un tercero o por uno de ellos, normalmente unidos por un vínculo contractual a una persona natural o jurídica que la edita y divulga y que, generalmente, financia la producción.

Los requisitos esenciales de las obras colectivas son la iniciativa y la coordinación de la persona que la edita y decide quién participa. La contribución de cada uno de los autores en la obra se rige por los pactos acordados con el editor o promotor en los contratos de obra, de servicios o de trabajo; es ahí donde se decidirá el régimen de la autoría, como si las aportaciones se pueden explotar de forma separada.

- Obras derivadas o compuestas e independientes: son aquellas fruto de la transformación de una obra preexistente, pero ha de reunir los mismos requisitos como obra de propiedad intelectual, es decir, debe ser una creación original aunque mantenga las características esenciales de la obra originaria.

Cita

"Se considerará obra compuesta la obra nueva que incorpore una obra preexistente sin la colaboración del autor de esta última, sin perjuicio de los derechos que a éste le correspondan y de su necesaria autorización.

La obra que constituya creación autónoma se considerará independiente, aunque se publique conjuntamente con otras".

Art. 9 LPI

En este caso, a diferencia de la obra en colaboración, habría una ausencia de colaboración entre los creadores; por ejemplo, una transformación de una novela a una obra dramática, una obra plástica convertida en un *collage* o una canción cuya letra antigua se incorpora a una nueva composición. Sin embargo, si el músico colabora con el autor de la letra, estaremos en el supuesto de una obra en colaboración. En estos casos, el autor de la obra derivada habrá necesitado la autorización previa del autor de la obra preexistente para transformarla, a no ser que se trate de una obra que se encuentre en dominio público, o bien de una parodia o de un programa de ordenador.

El derecho de autor de la obra derivada tiene propia autonomía respecto a la obra nueva. No obstante, carecerá de derecho alguno sobre la obra preexistente cuya situación jurídica permanecerá inalterada. Su titular o titulares podrán seguir ejerciendo los derechos de explotación correspondientes, e incluso autorizar nuevas transformaciones a terceros si la cesión previa no se ha hecho con carácter de exclusiva.

5.3. Autoría de las obras audiovisuales: la autoría en la obra audiovisual en el sistema legal español

Como hemos visto, la obra audiovisual es el resultado de la integración de aportaciones de diferente índole realizadas por múltiples personas, que se funden en una obra común objeto de tutela unitaria. El artículo 87 de la Ley de Propiedad Intelectual establece quiénes son los autores de la obra audiovisual y se remite al artículo 7, que define las obras en colaboración: las obras audiovisuales son como un subtipo de las obras en colaboración.

A la hora de determinar los autores de la obra audiovisual, y la titularidad de los derechos de explotación, la ley española podía haber optado entre dos opciones genéricas: por un lado, considerar que son obras colectivas, con lo que el titular sería el productor, y por otro lado, incluirlas dentro de las obras en colaboración (art. 7 LPI). Así lo hizo, y ello conducía de forma obligatoria a definir quiénes debían ser considerados sus coautores.

En este último caso, el legislador tenía que optar de nuevo entre elaborar una lista cerrada de autores, dejando fuera a quienes no se nominase de forma expresa, o bien establecer una presunción de autoría de carácter mínimo, ampliable en cada caso y obra.

La Ley de Propiedad Intelectual, en su artículo 87, opta por la posibilidad de restringir el colectivo de autores de la obra audiovisual al director-realizador, a los autores del argumento, adaptación y guión o diálogos, así como al autor de las composiciones originales creadas especialmente para la obra determinada.

La Ley de Propiedad Intelectual contiene una declaración de autores de las obras audiovisuales que, a pesar de su apariencia exterior de ser una relación con el carácter de *numerus clausus,* no es sino una presunción *iuris tantum* en favor de aquellos profesionales.

Esta presunción *iuris tantum* significa que, en la práctica, cualesquiera de los integrantes del equipo de producción, bien en su contrato, bien a posteriori, puedan reclamar su cuota de autoría en la obra audiovisual y, generalmente, a falta de pacto entre los posibles coautores, muchas veces en la práctica es el productor el que acepta o niega tal cualidad ante las entidades de gestión que tienen encomendada la gestión de los derechos de remuneración que la Ley de Propiedad Intelectual reconoce a los autores.

El artículo 87 de la Ley de Propiedad Intelectual enumera los autores de la obra audiovisual y establece lo siguiente:

"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 guión o los diálogos.

3) Los autores de las composiciones musicales, con o sin letra, creadas especialmente para esta obra".

Los directores de fotografía, como creadores de las imágenes en movimiento que constituyen la esencia de la obra cinematográfica, han sido incluidos en la Ley del Cine 55/2007, de 28 de diciembre, como autores de la misma.

Ser considerado autor de una obra audiovisual lleva aparejada unos derechos patrimoniales de explotación, susceptibles de cesión a terceros, y unos derechos morales. La duración de los derechos patrimoniales de los autores de la obra audiovisual son 70 años desde la muerte o declaración de fallecimiento del último coautor.

5.3.1. Las presunciones de cesión de ciertos derechos de explotación al productor

En el Convenio de Berna, los derechos de los autores de las obras cinematográficas están regulados en el artículo 14 bis; el primer apartado establece que dichas obras se protegen como originales y el autor gozará de todos los derechos. Sin embargo, el convenio no determina quién es la persona que será considerada como titular, y remite a lo que disponga cada legislación del país en que la protección se reclame. Ante la diversidad de sistemas en materia de titularidad, el artículo 14 bis 2 b) del convenio contempla una presunción de legitimación a favor del productor para la explotación de la obra audiovisual, respecto a los países que no rige el sistema copyright ni una *cessio legis*.

Siguiendo lo establecido en el Convenio de Berna, para paliar las dificultades que ocasiona el modelo pluralista de autoría, y acercarse en gran medida al modelo de copyright con el fin de facilitar el ejercicio de los derechos de explotación de la obra audiovisual, la ley española consagra una presunción de cesión de los derechos a favor del productor.

La figura del productor en la obra audiovisual

Antes de explicar cómo opera esta presunción de cesión de derechos, debemos señalar la importancia de la figura del productor de la obra audiovisual en la producción y explotación tradicional de las obras audiovisuales. El productor es la persona física o jurídica que toma la iniciativa para llevar a cabo un proyecto audiovisual; se encarga de buscar a los profesionales para ello, así como los medios para su ejecución y su financiación, ya sea propia o ajena. A lo largo del proceso de realización, su contribución vuelve a ser algo más que meramente económica y coordinadora de la producción y, posteriormente, gestiona la comercialización de forma directa o mediante la cesión de derechos a un tercer distribuidor, sin perjuicio de los derechos que puedan reservarse los autores.

El productor no será autor de la obra audiovisual, pero sí podrá ostentar las facultades patrimoniales propias de los autores a título derivativo, ya sea mediante la cesión contractual o bien mediante la presunción de derechos establecida en la ley de Propiedad Intelectual. Concretamente, el artículo 88.1 establece lo siguiente:

> "**1)** Sin perjuicio de los derechos que corresponden a los autores, por el contrato de producción de la obra audiovisual se presumirán cedidos en exclusiva al productor, con las limitaciones establecidas en este título, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública, así como los de doblaje o subtitulado de la obra.
>
> No obstante, en las obras cinematográficas será siempre necesaria la autorización expresa de los autores para su explotación, mediante la puesta a disposición del público de copias en cualquier sistema o formato, para su utilización en el ámbito doméstico, o mediante su comunicación pública a través de la radiodifusión.
>
> **2)** Salvo estipulación en contrario, los autores podrán disponer de su aportación en forma aislada, siempre que no se perjudique la normal explotación de la obra audiovisual.
>
> Idéntica presunción existe en el caso de transformación de obra preexistente detallada en el artículo 89:
>
> **1)** Mediante el contrato de transformación de una obra preexistente que no esté en el dominio público, se presumirá que el autor de la misma cede al productor de la obra audiovisual los derechos de explotación sobre ella en los términos previstos en el artículo 88.
>
> **2)** Salvo pacto en contrario, el autor de la obra preexistente conservará sus derechos a explotarla en forma de edición gráfica y de representación escénica y en todo caso, podrá disponer de ella para otra obra audiovisual a los quince años de haber puesto su aportación a disposición del productor".

Estos artículos de la Ley de Propiedad Intelectual operan cuando no se encuentran suficientemente detallados, en un contrato entre el autor y el productor, los derechos necesarios y obvios para que el productor pueda explotar la obra.

Es decir, los derechos de reproducción, distribución, comunicación pública y doblaje de la versión definitiva de la obra audiovisual, y de acuerdo con estos artículos, se presumirán cedidos al productor.

Esta norma de presunción de cesión de derechos entra en conflicto con el artículo 45 de la LPI, que establece que cualquier cesión de los derechos de autor a terceros tendrá que hacerse por escrito. También excepcionan el régimen general contenido en el artículo 48 del TRPI, estableciendo que la cesión en exclusiva deberá otorgarse expresamente con ese carácter.

Se interpreta, por lo tanto, que tal presunción siempre se podrá refutar. Se trata de una presunción *iuris tantum,* correspondiendo la carga de la prueba a quien se alza contra ella.

Sin embargo, no se presumirán cedidos todos los derechos de explotación enumerados en el artículo 17 de la Ley de Propiedad Intelectual, sino únicamente los derechos mencionados en el artículo 88: los de reproducción, comunicación pública y distribución, a diferencia de lo que sucede cuando un autor está ligado a una relación laboral con el productor, en cuyo caso se presume que cede a éste en exclusiva los derechos de explotación, incluyendo el de transformación, detallado en el artículo 51 de la LPI.

> "**1)** La transmisión al empresario de los derechos de explotación de la obra creada en virtud de una relación laboral se regirá por lo pactado en el contrato, debiendo éste realizarse por escrito.
>
> **2)** A falta de pacto escrito, se presumirá que los derechos de explotación han sido cedidos en exclusiva y con el alcance necesario para el ejercicio de la actividad habitual del empresario en el momento de la entrega de la obra realizada en virtud de dicha relación laboral".

Esta presunción de cesión de derechos, en realidad, tiene una proyección claramente externa; se instauró para evitar lo que ocurría en los años treinta, cuando los compositores reclamaban directamente la parte de los beneficios a los empresarios de salas de exhibición cinematográfica. Con esta presunción, la idea es proteger las relaciones entre el productor y las personas que contraten con él, como los exhibidores, por ejemplo.

De todos modos, es recomendable dejar todo por escrito y elaborar contratos muy bien estudiados, pensando en todas las circunstancias que puedan aparecer en el futuro.

Resumen de este primer apartado sobre los elementos principales de la obra audiovisual:

- Pluralidad de autores (director-realizador, guionista, argumentista, compositor de la música realizada expresamente para la obra).
- Obra en colaboración.
- Duración de los derechos patrimoniales de los autores de la obra audiovisual: 70 años desde la muerte o declaración de fallecimiento del último autor.
- Presunción de cesión de derechos de reproducción y comunicación pública al productor.

- Duración de los derechos conexos del productor sobre la obra audiovisual: salvo pacto en contrario, 50 años desde el 1 de enero al año siguiente al de su divulgación.

La autoría, en cuanto a situación de poder, lleva aparejada una serie de prebendas (derechos morales y económicos). Los derechos morales son irrenunciables e intransferibles y, en algunos casos, no pierden su vigencia.

Los derechos patrimoniales o económicos son susceptibles de cesión en las condiciones que el titular establezca. Dentro de los derechos patrimoniales, hay que distinguir los exclusivos de explotación y los de simple remuneración (que no trataremos en este apartado).

Los derechos patrimoniales exclusivos de explotación son los mencionados en el artículo 17 LPI; están vinculados a sus titulares y controlarán su cesión, a diferencia de los derechos de simple remuneración, que no permiten tanto este control y poseen un contenido puramente económico. Veamos los siguientes:

- Derecho de reproducción (art. 18 LPI). 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.

- Derecho de distribución (art. 19 LPI). 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.

- Derecho de comunicación pública (art. 20 LPI). Se entiende por comunicación pública todo acto por el que una pluralidad de personas pueda tener acceso a la obra, sin previa distribución de ejemplares a cada una de ellas.

- Derecho de transformación (art. 21 LPI). La transformación de una obra comprende su traducción, adaptación y cualquier otra modificación en su forma de la que se derive una obra diferente.

Contenido de algunos tipos de contratos

Contenido de contrato entre el productor y el autor de la obra musical realizada para una obra audiovisual

- Derechos a adquirir por el productor: el derecho de sincronización, derecho de reproducción que comprende la fijación de obras musicales en la obra audiovisual y su posterior obtención de copias; la comunicación pública de la obra audiovisual y su distribución en todos los medios.

- Detalle de los medios de explotación de la música, si se contempla o no la explotación separada de la música a la obra audiovisual. Reserva, por parte del productor, de cesión a terceros de la explotación del fonograma por el máximo periodo legal.

- Retribución por la explotación de la obra audiovisual y de la música, *royalties,* anticipos, costes de producción. La cifra puede variar en función del prestigio del autor, puesto que, por ejemplo, un nombre cotizado de un autor puede aumentar el valor añadido del filme. Generalmente, no es habitual que los productores audiovisuales apliquen las retribuciones proporcionales o *royalties,* como es norma en el sector discográfico. La remuneración podrá ser a tanto alzado (plazos de pago a entregas o

cuando la película se estrene) o bien mediante su participación en los beneficios resultantes de la explotación de la obra audiovisual (ya sea a partir de su primera recaudación o bien cuando la productora haya recuperado la inversión o una cantidad determinada de ingresos).

- A veces, los productores imponen la obligación de firmar un contrato de edición musical con una editorial determinada para la obra objeto del contrato. Ello lleva aparejada la obligación del compositor en elaboración de los *cue-sheets* (listado o relación de músicas con detalles como la duración, títulos, autores y editores que contiene el film audiovisual).

- Cláusulas donde el productor se reserva el derecho discrecional a no utilizar la composición original, con el fin de controlar con total libertad tanto los contenidos de su obra como de la música. Se contempla o no el derecho a modificar la música si no es un cambio sustancial.

- El compositor deberá garantizar la originalidad de la obra. El productor audiovisual necesita asegurarse contra cualquier reclamación de copyright que ponga en peligro y pueda paralizar la distribución, exhibición o emisión de sus producciones.

- Forma en que va a salir el nombre del autor en los títulos de crédito.

Contenido de contrato entre el productor y guionista de la obra audivisual

- Breve descripción de los antecedentes o la intención de cada una de las partes donde se reflejará si consiste en un encargo, en un guión preexistente, en una transformación de una obra literaria de la que se han adquirido los derechos, etc.

- Pueden ser contratos de doble vertiente: en los que se contrata unos servicios para la realización de una obra audiovisual y/o únicamente contratos en que se ceden los derechos de explotación de la obra audiovisual resultante.

- El apartado de cesión de derechos dependerá de la negociación con la productora; lo habitual es que ésta exija un redactado muy amplio que abarque todo tipo de explotación de la obra audiovisual resultante en las modalidades de derecho de comunicación pública, reproducción y distribución para la proyección y exhibición de la obra audiovisual, para su incorporación a un formato de vídeo doméstico, DVD, etc., así como el derecho de transformación en el caso de los guionistas de obra literaria a audiovisual, y su doblaje.

- La remuneración que podrá ser a tanto alzado (plazos de pago a entregas o cuando la película se estrene) o bien mediante su participación en los beneficios resultantes de la explotación de la obra audiovisual, ya sea desde su primera recaudación o bien cuando la productora haya recuperado la inversión o una cantidad determinada de ingresos.

- La duración de la cesión de derechos en exclusiva o no.

- Posibilidad de acordar una primera opción de cesión de derechos, pudiendo recuperar los derechos en el caso de que la productora no ejercitase la opción.

- Ámbito territorial de la cesión.

- Apartado de derechos reservados donde el guionista se reservará el derecho moral, el derecho o no de explotar la obra de forma independiente: guión en forma de libro, adaptación teatral, etc.

- El guionista se reservará el contenido económico de los derechos que se recauden por medio de las entidades de gestión correspondiente a través de la copia privada, alquiler y comunicación pública de la obra audiovisual.

- A veces, en estos mismos contratos se determina qué porcentaje de autoría tendrá el guionista sobre la obra audiovisual.

- Garantías de originalidad del guionista, manteniendo a la productora indemne frente a reclamaciones de terceros por dicho incumplimiento de aquél.

Contenido de contrato entre el productor y director-realizador de la obra audiovisual

- Además de los apartados mencionados de cesión de derechos a favor del productor, y la reserva de derechos a favor del autor que se han comentado en los otros dos

contratos de compositor y guionista, es importante detallar quién decidirá la versión definitiva de la obra: si el director-realizador o la productora. La ley establece que se considerará terminada la obra audiovisual cuando haya sido establecida la versión definitiva, de acuerdo con lo pactado en el contrato entre el director-realizador y el productor. Cualquier modificación posterior de la obra audiovisual necesitará la autorización previa de quienes hayan acordado dicha versión definitiva.

- Forma de prestación de los servicios del director-realizador, si trabajará en régimen de exclusividad o no, bajo relación laboral o mercantil, plan de rodaje, etc.

- La remuneración podrá ser a tanto alzado (plazos de pago a entregas o cuando la película se estrene) o bien mediante su participación en los beneficios resultantes de la explotación de la obra audiovisual, ya sea desde su primera recaudación o bien cuando la productora haya recuperado la inversión o una cantidad determinada de ingresos.

6. Otros sujetos que intervienen en la obra audiovisual o grabaciones audiovisuales

En la obra audiovisual, aparte del productor y de los autores de la obra audiovisual mencionados en el apartado anterior (director-realizador, guionista, argumentista, compositor de la música original creada para la obra audiovisual), intervienen otros sujetos que también son poseedores de otros derechos de propiedad intelectual, llamados "derechos afines o conexos". Será necesario obtener su cesión para poder producir y explotar la obra audiovisual sin entrar en conflicto con los derechos e intereses de estos titulares de derechos.

En el sector audiovisual, los derechos conexos recaen sobre los siguientes materiales:

- Las interpretaciones y ejecuciones que puedan hacer los actores y actrices, intérpretes y ejecutantes.
- Las meras grabaciones que puedan realizar otros productores audiovisuales.
- Las emisiones y transmisiones de entidades de radiodifusión (televisiones).
- Los fonogramas utilizados y que pertenezcan a productoras fonográficas.
- Las fotografías.

6.1. Los artistas, intérpretes o ejecutantes

Los artistas, intérpretes o ejecutantes, cuyos derechos están regulados en el libro II, título I de la LPI, son sujetos que aportan una interpretación artística y que serán poseedores de derechos de propiedad intelectual, concretamente el derecho a autorizar la fijación, la reproducción y la comunicación pública y distribución de sus interpretaciones. La ley establece que dicha autorización tendrá que otorgarse por escrito, ya sea mediante un contrato mercantil de prestación de servicios o mediante un contrato laboral para obra determinada.

En cuanto a los sujetos que firman este tipo de contratos, por un lado está la parte cedente, es decir, el artista, intérprete o ejecutante, ya sea por sí mismos o por medio de terceros representantes con mandato expreso para ello; por otro lado, se halla la parte cesionaria: generalmente, la productora es la figura que gestiona todas las cesiones de derechos necesarios para llevar a cabo la producción y explotación de la obra audiovisual.

Es importante que, en estos contratos, además de la cesión de los derechos de propiedad intelectual mencionados, se incluya la cesión de los derechos de imagen del artista, intérprete o ejecutante cuya representación gráfica o real del mismo aparezca en la obra audiovisual, estableciendo que la cesión se hace de forma expresa y que dicha utilización no atenta contra la dignidad y el honor del artista, intérprete o ejecutante, y que, por lo tanto, no existe intromisión ilegítima en el ámbito de su derecho a la intimidad. Los derechos de imagen están regulados en la Ley Orgánica 1/1982 de 5 de mayo, de Protección Civil del Derecho de Honor, a la Intimidad Personal y Familiar y a la Propia Imagen.

Dentro de los derechos patrimoniales (la fijación, la reproducción y la comunicación pública y distribución de las interpretaciones) que se ceden a favor de la productora mediante el contrato mencionado, el artista se reservará los derechos de remuneración que gestionan las entidades de gestión colectiva en nombre de los artistas, intérpretes o ejecutantes. Por ello, sin afectar la cesión que se hace a la productora, el artista se reservará el contenido económico de los derechos que, conforme a lo previsto en los artículos 20.4 (la retransmisión por cable dentro del territorio de la Unión Europea), 25 (copia privada), 108.2 (comunicación pública) 108.3 y 108.5 (la puesta a disposición) del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, se hacen efectivos mediante la entidad de gestión correspondiente; concretamente, en España está la AIE.

Los derechos patrimoniales de los artistas, intérpretes o ejecutantes durarán 50 años, desde el 1 de enero del año siguiente a la interpretación o desde la divulgación lícita de la interpretación.

Como derechos morales de los artistas, intérpretes o ejecutantes, están el reconocimiento de su nombre y el derecho a la autorización para doblar sus interpretaciones. Estos derechos no tienen límite de tiempo y, tras el fallecimiento del actor, intérprete o ejecutante, lo podrán ejercitar sus herederos.

Contenidos mínimos en contratos con los actores de la obra audiovisual

- Contrato laboral: el productor dará de alta al actor en la seguridad social.
- Descripción del papel que interpretará el actor.
- Mención de que el actor conoce el guión de la obra audiovisual.
- Plan de rodaje o duración de la relación: determinar las sesiones en las que intervendrá y si, posteriormente, estará a disposición de la productora para la promoción.
- Cesión de derechos de fijación de sus interpretaciones en la obra audiovisual: reproducción, distribución y comunicación pública.
- Cesión de derechos de imagen.
- Determinación sobre si el doblaje lo hará el actor y en qué idiomas, y la autorización para ser doblado por terceros en otros idiomas.
- Derechos reservados de retransmisión por cable, copia privada, comunicación pública puesta a disposición, que cobrará el ector.
- Marco de exclusividad o no durante la prestación de servicios.
- En la retribución, generalmente se incluye el 5% de los derechos de imagen, así como la retribución del agente si está representado por éste.
- Cláusulas de confidencialidad hasta el estreno o presentación de la obra audiovisual.
- Cómo aparecerá el nombre del actor en los títulos de crédito de la obra audiovisual.

6.2. Músicas preexistentes. Licencias, editores musicales y discográficas

Cualquier utilización de música, por pequeña que sea, en una obra audiovisual, siempre que sea identificable y no se encuentre en dominio público, precisará la autorización de los diferentes titulares de derechos de propiedad intelectual. El proceso de negociación para la adquisición de derechos puede ser largo y complicado, por lo que es conveniente iniciarlo con la suficiente antelación. La inclusión de la música en una obra audiovisual, sin haber obtenido la correspondiente autorización previa y por escrito de los derechohabientes, supone una infracción de los derechos de propiedad intelectual, lo que coloca a este titular en una posición fuerte en la fase negociadora, permitiéndole obtener mejores condiciones. En el supuesto de no llegar a un acuerdo, le permite ejercer las medidas que le correspondan para la defensa de sus derechos, en especial, la interposición de medidas cautelares que pueden impedir la explotación de la obra audiovisual.

Frente a la ventaja de poder conocer de antemano su sonido y calidad artística, e imaginársela sincronizada con las imágenes de la obra audiovisual, la utilización de música preexistente tiene el inconveniente de la lentitud de identificación de los titulares y negociación de la contratación.

Corresponde a los titulares de los derechos de la música el hecho de autorizar la sincronización de su obra musical en una obra audiovisual, y la posterior comunicación pública de la obra resultante.

Si bien no existe en la ley una definición del derecho de sincronización, este derecho se entiende como la fijación o reproducción de una obra musical en una grabación audiovisual.

El derecho de sincronización se concede caso por caso y no es objeto de licencias generales de la SGAE.

Sin embargo, en determinados países, otras entidades como, por ejemplo, la PRS inglesa y la estadounidense SESAC tienen concedido de los autores el derecho a ceder los derechos de sincronización de su repertorio. La SESAC es la tercera sociedad de autores norteamericana; tiene contratados los servicios de identificación electrónica de las obras musicales que emiten las radios en FM a la compañía Broadcast Data System (BDS); se pueden obtener los derechos de sincronización de la obra cuyos derechos gestione la SESAC, pero no del máster; en este caso, se deberá contactar con autorización de la preceptiva discográfica. También gestiona los derechos de sincronización de la música en una página web.

SESAC compite con BMI (Broadcast Music Incorporation) y con ASCAP (American Society of Composers Authors and Publishers).

Para cada adquisición de derechos musicales, deberá verificarse la práctica de las diferentes sociedades de gestión y hasta dónde alcanzan sus posibilidades de cesión de derechos.

Una manera de buscar la identificación de los titulares de derechos es mediante la página del International Standard Work Code. Aquí, tras mencionar el nombre de los autores o del tema musical, se obtiene un numérico llamado CAE, administrado por la sociedad suiza de autores SUISA para toda la CISAC (Confederación Internacional de Autores y Compositores). De tal modo que los compositores, productores discográficos y editores musicales están codificados en el sistema digital.

6.2.1. Licencias para la utilización de música

Legalmente, el autor es el dueño de todos los derechos de su obra. Sin embargo, puede ceder a terceros los llamados derechos de explotación. Esto es lo que ocurre con los contratos con las compañías discográficas, editoriales musicales o con el contrato de asociación con las entidades de gestión como la SGAE. Mientras no se acuerde lo contrario, el autor es el único titular de los derechos de su obra, siempre que se trate de una obra inédita y no de una obra derivada.

Por lo tanto, cuando se utiliza una música preexistente en una obra audiovisual, deberá contratarse una licencia de uso para la sincronización con los titulares de los derechos de autor, ya sea por medio del autor o bien por la editorial musical si el autor le ha cedido los derechos para ello. Por otro lado, si se trata de la utilización de una grabación musical ya editada por una discográfica, se tendrá que solicitar una licencia a la compañía discográfica propietaria del máster. O bien si se pretende regrabar un tema musical ya editado por una discográfica, se tendrá que llegar a un acuerdo con el artista y/o con la compañía discográfica en el supuesto de que el artista tuviese un contrato de exclusividad con la compañía discográfica.

Con independencia de lo anterior, más adelante hablaremos de otras vías más ágiles para obtener este tipo de autorizaciones, cuando sus titulares de derechos han optado en acogerse a las licencias "libres" para que terceros puedan utilizar sus obras, dentro de la legalidad pero saltándose todos los formalismos que requiere cuando los derechos están cedidos en exclusiva. En este sentido, cabe citar **Musicalibre.info**, una de las páginas de referencia para los músicos y grupos que quieren desprenderse del modelo convencional de la industria, que aloja y da soporte a varios grupos *copyleft*.

La música libre se presenta como una alternativa al modelo convencional. A diferencia de la música convencional, permite ciertos derechos a terceros. Como mínimo, una canción será "músicalibre" si permite la copia y la distribución no comercial de la misma.

Otra alternativa es buscar músicas que se encuentren bajo licencias a la carta, lo que dispone el proyecto Creative Commons.

Recursos web

http://ccmixter.org
http://www.opsound.org/
http://www.jamendo.com/
http://www.sectionz.com/cc.asp
http://freesound.iua.upf.edu/index.php

6.2.2. Editoriales musicales

La figura del editor musical surge, antiguamente, con la finalidad de difundir las partituras de las obras de cámara compuestas por músicos de categoría para los mecenas de la realeza y nobleza europeas, siendo la reproducción gráfica de la obra la principal actuación que realizaba el editor musical. Esta forma de distribución de la música fue la única hasta la aparición del fonógrafo en 1887 y la radio a principios del siglo XX, pero en nuestros días es una actividad distinta a la que desempeña un editor literario. Las sociedades de autores cambiaron sustancialmente estas actividades, pues también fijaron un precio por la inclusión de la obra musical en cada disco y una contraprestación por cada ejecución pública, incluyendo las emisiones por radio y televisión.

Como resultado del avance de la industria musical y la evolución de las legislaciones relativas a los derechos de autor, el contrato editorial originario se ha convertido en un mito más del negocio musical y, hoy en día, la edición impresa constituye una actividad puramente residual. Ahora, la función de un editor musical es la de procurar la máxima explotación de las obras musicales; se trata de una figura que está muy vinculada a las entidades de gestión.

Como hemos mencionado, para utilizar una música que corresponda a un autor, ya sea reinterpretándola, adaptándola o utilizando una grabación existente, es necesario solicitar una licencia de autorización a los autores de las composiciones, a los autores de las letras de los temas musicales, ya sea por medio de ellos o bien a través de sus editores musicales o, como hemos dicho antes, mediante algunas entidades de gestión que tengan cedidos la gestión de los derechos de sincronización de los autores que representen. En estas licencias, se solicita: el derecho de reproducción para la sincronización de la obra musical en una obra audiovisual concreta; a veces, el derecho de transformación para su adaptación o para su inclusión de forma fraccionada; y el derecho de comunicación pública de la obra audiovisual resultante.

Contenidos mínimos en contratos con los autores de la obra musical o con la editorial musical

- La identificación de la pieza musical que se cede.
- Cesión del derecho, generalmente no exclusivo, de sincronizar la música con la obra audiovisual con los fines limitados.
- Duración de la música y su contexto, es decir, la secuencia exacta en donde se va a sincronizar (créditos de entrada o salida, escena de terror, amor, etc.); si la pieza musical se va a utilizar en su integridad o va a ser seccionada.
- Medios de explotación de la obra audiovisual (salas de exhibición cinematográfica, televisiones, DVD, Internet, CD en el supuesto de que se pretenda explotar de forma independiente la obra audiovisual, etc.).
- Reserva de derechos a favor del editor musical y/o del autor por la comunicación pública, reproducción y distribución de la obra musical cuyos derechos los cobrará por medio de las entidades de gestión.
- Territorio por el que se ceden los derechos.
- Plazo de duración.
- Retribución económica.
- La obligación de hacer constar en los créditos las menciones del título del tema musical. Letra: nombre autor. Compositor: nombre Ó Copyright año del mismo nombre autores seguido del nombre de la editora musical.
- Generalmente, las editoriales musicales piden al productor audiovisual una copia en DVD de la obra audiovisual.
- Garantías y supuestos de incumplimiento.

6.2.3. Compañías discográficas

En el supuesto de querer incorporar músicas preexistentes para sincronizarlas en la obra audiovisual, es necesario solicitar la preceptiva autorización a las productoras discográficas si se va a utilizar el máster de su propiedad. Concretamente, se solicitará el derecho a reproducir la grabación musical para su sincronización en la obra audiovisual y, después, la comunicación pública y la distribución de la obra audiovisual.

Contrato entre el productor y la compañía discográfica

- Identificación de las grabaciones musicales cedidas.
- Concesión del derecho, generalmente no exclusivo, de sincronizar la grabación musical con la obra audiovisual.
- Duración de la música y contexto en que se va a utilizar.
- Medios de explotación de la obra audiovisual (salas, TV, vídeo...), así como de la obra musical en el supuesto en que se explote independientemente.
- Territorio de la licencia.
- Plazo de duración.
- Retribución por la explotación de la música en la obra audiovisual, y de la música de forma separada (explotación de fonograma de banda sonora), *royalties,* anticipos y compensaciones.
- Títulos de crédito: "Nombre del tema interpretado por nombre del artista. Cortesía de Nombre de la Discográfica".
- Garantías y supuestos de incumplimiento.

En muchos contratos discográficos entre el artista y la compañía, ésta se arroga para ella la discreción de la decisión de licenciar el uso de la grabación musical o fonograma a quien determine. Normalmente, los productores de fonogramas incluyen la cesión de este derecho de forma genérica en los contratos discográficos.

Dado que la vida profesional del artista va ligada a su compañía discográfica, antes de la contratación de un artista para que interprete un tema musical en una obra audiovisual habrá que verificar si se tienen adquiridos compromisos previos de exclusividad con una tercera compañía discográfica y, en su caso, obtener el consentimiento de su sello discográfico.

Las compañías discográficas se reservan el derecho exclusivo para controlar cualquier grabación, en colaboración con un proyecto audiovisual, para que estos productos no puedan interferir en su política de mercado y planes de marketing propios.

Contrato con los intérpretes de la composición musical si se va a regrabar expresamente para la obra audiovisual

- Detalle de la obra a interpretar (libre de gravámenes, previa autorización del autor, duración de la interpretación, etc.).
- Cesión de derechos de fijación de la interpretación musical en la obra audiovisual, derechos de reproducción, distribución y comunicación pública.
- Medios de explotación de la obra audiovisual (salas, televisión, vídeo...).
- Títulos de crédito (en la película y en fonograma si se lleva a cabo tanto por parte de la discográfica que posiblemente represente al artista como por parte del artista). "Performed by the Artist"; "El artista aparece por cortesía de la discográfica".
- Posible utilización de la imagen del artista para la promoción (material biográfico, fotografías, nombre, etc.).
- Explotación, independientemente de la BSO, en fonogramas tales como MC, videodiscos digitales, CD, etc.
- Retribución del artista y discográfica en su caso (ya sea a tanto alzado por su fijación o bien un tanto por ciento de *royalties* en la explotación del DVD-CD).
- Posibilidad de licenciar al artista a utilizar la grabación del máster de la película para su explotación independiente (se le concede esta licencia transcurrido un plazo de tiempo de dos o tres años pasada la explotación de la película; posibilidad o no de utilizar el nombre de la película para su promoción; se establecerá la retribución, los royalties que pagará a la productora, el precio de venta del disco, modificaciones, etc.).
- Posible cesión de los derechos de imagen: la imagen del artista queda supeditada en exclusiva a la discográfica. Estos derechos de imagen incluyen las producciones audiovisuales como los videoclips, las ventas de DVD de conciertos, etc.

Contrato con el autor de cualquier obra preexistente para su transformación en obra audiovisual

- Es importante ver si realmente los sujetos contratados tienen los derechos; por ejemplo, a veces una editorial dice tener los derechos de transformación de una obra literaria en obra audiovisual; entonces, habrá que indagar en el contrato editorial si realmente los posee y para cuánto tiempo.
- Si participará o no en la producción o sólo cede el derecho a transformarla; posibilidad de solicitar cambios a la hora de intervenir en la preproducción.
- Si son autores de la obra audiovisual resultante, qué porcentaje cobrarán.

7. Límites a los derechos patrimoniales exclusivos

El capítulo II del título III del libro I, artículos 31 y ss. de la LPI recoge unos límites al derecho patrimonial donde no será necesario solicitar autorización del titular de los derechos, siempre que se trate de obras divulgadas y que se respete la integridad y, en su caso, la paternidad de la obra. Asimismo, al final de este capítulo se establece que estos límites no podrán interpretarse de manera tal que permitan su aplicación de forma que causen un perjuicio injustificado a los intereses legítimos del autor, o que vayan en detrimento de la explotación normal de las obras a que se refieran.

Concretamente, se contemplan los siguientes límites:

- Reproducciones provisionales: establece que no se requerirá autorización cuando la reproducción consista en actos de reproducción provisional transitorios o accesorios y formen parte integrante y esencial de un proceso tecnológico, cuya única finalidad consista en facilitar una transmisión en red entre terceras partes por un intermediario, o una utilización lícita, entendiendo por tal la autorizada por el autor o por la ley.

- Copia privada: las reproducciones de obras divulgadas para uso privado del "copista" y siempre que la copia no sea objeto de uso lucrativo ni colectivo; basta que concurra alguna de las dos para que no se aplique dicha excepción a la necesidad de autorización.

- Seguridad, procedimientos oficiales: cuando la obra se distribuya o comunique públicamente con fines de seguridad pública, o para el correcto desarrollo de procedimientos administrativos, judiciales o parlamentarios, no será necesaria la autorización del autor.

- Cuando se utilice una obra en beneficio de personas discapacitadas, siempre que no exista finalidad lucrativa, guarden una relación directa con la discapacidad de que se trate, y se lleven a cabo mediante un procedimiento o medio adaptado a la discapacidad y se limiten a lo que ésta exige.

- Citas: se establece que es lícita la inclusión, en una obra propia, de fragmentos de otras obras ajenas o bien la inclusión de la totalidad de una obra plástica, siempre que se trate de obras ya divulgadas y su inclusión se realice a título de cita o para su análisis, comentario o juicio crítico únicamente para fines docentes o de investigación, en la medida justificada, indicando la fuente y el nombre del autor de la obra utilizada. Por lo tanto, cuando se haga uso de este derecho de cita no será necesario solicitar autorización del autor o del titular del derecho de reproducción ni de remunerarle. Nuestra legislación habla de la utilización de fragmentos de obras escritas, sonoras

o audiovisuales, pero no se marca ningún límite a la extensión del fragmento reproducido. La doctrina, cuando analiza este aspecto, acude más bien a criterios de orden cualitativo, fijándose en la naturaleza y el carácter sustancial o no del fragmento utilizado. La finalidad docente o de investigación se ha interpretado de una forma más extensiva puesto que, de otro modo, habría de calificar de ilícitas muchas de las prácticas habituales del derecho de cita que, por ejemplo, se han hecho en novelas. Para que sea una cita lícita, es fundamental incluir la fuente y el nombre del autor, ya que dicha omisión podría dar lugar a un plagio, es decir, la apropiación de una obra ajena como propia de manera que induzca a error.

- Las recopilaciones periódicas, efectuadas en forma de reseñas o revista de prensa, se considerarán "citas". Esta excepción opera cuando se está reproduciendo extractos o partes o resúmenes de artículos de otros periódicos, pero no cuando se reproduzcan íntegramente. Hay que tener en cuenta que, cuando se realicen recopilaciones de artículos periodísticos que consistan en su mera reproducción y que dicha actividad se realice con fines comerciales, el autor que no se haya opuesto expresamente tendrá derecho a percibir una remuneración equitativa. En caso de oposición expresa del autor, dicha actividad no se entenderá amparada por este límite.

- Informaciones y trabajos sobre temas de actualidad: esta excepción permite la libre reproducción, distribución y comunicación pública por los "medios de comunicación social" de los artículos y trabajos sobre temas de actualidad difundidos por otros medios. Es decir, se permite a los periódicos, televisiones, etc. la posibilidad de hacerse eco de las informaciones y trabajos de la actualidad citando la fuente y al autor. Se exige, sin embargo, el derecho de remuneración al autor de la cantidad acordada o, a falta de acuerdo, una cantidad equitativa. Hay que tener en cuenta que no será necesario acudir a esta excepción cuando la comunicación sea el contenido de la información cambiando las palabras, puesto que la información en sí no es protegible por el derecho de autor. Este artículo prohíbe expresamente la reproducción de las colaboraciones literarias, ya que no transmiten información de interés general.
  Se establece también que se podrán reproducir, distribuir y comunicar las conferencias, alocuciones e informes ante los tribunales y otras obras del mismo carácter que se hayan pronunciado en público y con el exclusivo fin de informar sobre la actualidad, así como los discursos en sesiones parlamentarias o corporaciones públicas.
  Quedará reservado a favor del autor la posibilidad de publicar, en colección en exclusiva, sus discursos, artículos e informes a los tribunales, así como los discursos parlamentarios y de corporaciones públicas.

- Utilización de bases de datos por el usuario legítimo y limitaciones a los derechos de explotación del titular de una base de datos. El usuario legítimo de una base de datos podrá realizar todos los actos que sean necesarios para el acceso al contenido de la base de datos y a su normal utilización

por el propio usuario, aunque estén afectados por cualquier derecho exclusivo de ese autor. Asimismo, tampoco será necesaria la autorización de los titulares de una base de datos ya divulgada, cuando se trate de una base no electrónica y se reproduzca para fines privados, cuando se realice para fines de ilustración a la enseñanza o de investigación científica, o cuando se trate para fines de seguridad pública o a efectos de actos administrativos o judiciales.

- Utilización de obras con ocasión de informaciones de actualidad: cuando la medida de la reproducción, comunicación pública o distribución de la obra justifique la finalidad informativa.

- Utilización de obras situadas en vías públicas: las obras situadas en calles, plazas, parques u otras vías públicas podrán reproducirse, comunicarse públicamente y distribuirse libremente por medio de pinturas, fotografías y procedimientos audiovisuales. En nuestra legislación, a diferencia de otras, esta excepción no requiere que la obra aparezca accesoriamente; puede ser objeto directo u objeto único de reproducción; tampoco se exige que no haya ánimo de lucro, es decir, la obra se puede incluir en postales, pósters, etc.

- Cable y satélite: cuando esta reproducción, comunicación pública o distribución se realice simultánea e íntegramente por la entidad de origen y sin exceder del territorio previsto en la autorización. El fundamento de este límite es para evitar que un mismo acto pueda dar lugar a dos remuneraciones distintas. Por lo tanto, este límite se aplicará cuando la decisión de comunicar públicamente sea dada por la misma entidad radiodifusora; cuando la transmisión sea íntegra y simultánea; y cuando se realice en el mismo territorio acordado de forma contractual. Igualmente, comprende la incorporación de un programa cuando va dirigido hacia un satélite que permita la recepción de esta obra mediante una entidad distinta de la de origen, y cuando el titular del derecho ha autorizado a comunicarla; en dicho caso, la entidad de origen estará exenta de pago de derechos de remuneración.

- Las grabaciones técnicas necesarias con el objeto de difundir la obra o prestación grabada, es decir, cuando se trate de un procedimiento técnico para que tenga lugar la comunicación pública de la obra autorizada.

- Libre reproducción y préstamo de obras en determinadas instituciones sin fines lucrativos, tales como museos, bibliotecas, hemerotecas o archivos, de titularidad pública, de carácter cultural o científico, y cuando la reproducción se realice con fines de investigación.

- Actos oficiales y ceremonias religiosas; se permite la utilización de obras musicales en actos oficiales del Estado, administraciones públicas y en las ceremonias religiosas. En estos casos, no se requerirá autorización de los

titulares de los derechos, siempre que el público pueda asistir a ellas gratuitamente y los artistas que intervengan no perciban remuneración específica por su interpretación o ejecución.

- La parodia. Este límite excluye la necesidad de solicitar autorización de la transformación de una obra ya divulgada para realizar una parodia sobre ella, mientras no implique riesgo de confusión con la misma ni se infiera un daño a la obra original o a su autor. El concepto de parodia no viene definido por la LPI; se trata de un concepto demasiado extenso; la norma exige los siguientes requisitos: que se trate de una obra divulgada; que sólo se incluyan fragmentos de ella; que no induzca a confusión con la obra original; que no dañe ni denigre la obra parodiada; que no produzca daño al autor.

- Tutela del derecho de acceso a la cultura que opera cuando, a la muerte o declaración de fallecimiento del autor, sus derechohabientes ejerciesen su derecho a la no divulgación de la obra, en condiciones que vulneren lo dispuesto en el artículo 44 de la Constitución. El juez podrá ordenar las medidas adecuadas a petición del Estado, las comunidades autónomas, las corporaciones locales, las instituciones públicas de carácter cultural o de cualquier otra persona que tenga un interés legítimo. Este principio es una excepción al derecho que poseen los derechohabientes que, tras el fallecimiento de un autor, puedan ejercer el derecho a la no divulgación de una obra.

8. Otros derechos que concurren en la obra audiovisual. Derechos gestionados por medio de las entidades de gestión colectivas: derechos de simple remuneración

Las entidades de gestión en España se constituyen como asociaciones sin ánimo de lucro y su perfil general en España viene determinado por el título IV de la LPI. La principal razón de ser de estas entidades es garantizar que los autores, intérpretes o ejecutantes obtengan una remuneración por su trabajo creativo.

Las entidades de gestión que actualmente actúan en España, en lo que se refiere al ámbito audiovisual, son las siguientes:

- SGAE: Sociedad de Gestión de Autores y Editores, que gestiona los derechos de autores en general y de las productoras editoriales.

- EGEDA: Entidad de Gestión de los Derechos Audiovisuales, que gestiona los derechos de productores audiovisuales.

- La AIE y la AISGE: Asociaciones de Actores, Intérpretes y Ejecutantes, que gestionan los derechos conexos de éstos.

- DAMA: gestiona los derechos de los directores audiovisuales como autores de obra audiovisual.

El rasgo más significativo de esta multiplicidad de entidades es que cada una de ellas, en su ámbito representativo, puede recaudar en concepto de los siguientes actos:

- Por la retransmisión por cable de cualquier obra audiovisual.

- Por el alquiler del original o copia de la obra audiovisual, así como por su exhibición o proyección en lugares públicos con o sin pago de entrada por parte del público.

- Por cualquier comunicación pública por parte de usuarios de las obras audiovisuales.

- Por la distribución de copias o ejemplares de la obra audiovisual a la que se aplica el canon compensatorio por copia privada.

8.1. SGAE

La Sociedad General de Autores y Editores (SGAE) nace en 1899 con el propósito de defender los derechos de los autores. En la actualidad, asciende a más de 77.000 socios entre autores y editores.

La SGAE gestiona para sus socios autores de obras musicales y audiovisuales, fundamentalmente, los siguientes derechos:

- Derecho a percibir una compensación equitativa por copia privada. Pagan los fabricantes de soportes vírgenes y de aparatos reproductores para compensar la grabación doméstica.

- Derecho por comunicación pública de las obras. Este derecho se genera cuando una obra se difunde (conciertos, difusión por radio, televisión o Internet). Si la obra está siendo utilizada, de esta utilización se derivan cantidades económicas que luego el autor percibirá en concepto de derechos de autor por medio de la SGAE: conciertos (es obligatorio firmar un documento para constatar qué obras han sido utilizadas), radio y televisión (se utilizan sistemas de seguimiento para saber qué obras se están utilizando).

- Derecho por reproducción mecánica (venta, alquiler o préstamo de las obras). Este derecho se genera siempre que se venden, alquilan o prestan al público las obras creativas en soportes como el CD o DVD. Las compañías discográficas abonan un canon a la SGAE para poder fabricar el disco; de esta forma, se fabrican discos "legales", ya que se fabrican de acuerdo con los derechos de autor.

Por lo tanto, los usuarios a quien la SGAE otorga licencias son:

- Medios de comunicación y difusión: emisoras de radio y televisión estatales y autonómicas, televisión codificada, salas de exhibición cinematográfica, empresas de ambientación musical.

- Productores y distribuidores de soportes discográficos y videográficos: Asociación Fonográfica y Videográfica (AFYVE) y otros profesionales de la industria videográfica y discográfica española.

- Teatros y auditorios.

- Hoteles, bares, discotecas que utilicen obras.

- Fabricantes y distribuidores de soportes vírgenes CD y DVD.

- Promotores de espectáculos, por la ejecución pública en salas de espectáculos, auditorios de conciertos, teatros, salas de bailes, etc.

- Todas aquellas empresas o instituciones que utilicen públicamente las obras.

- Portales de Internet y empresas de distribución de repertorio musical protegido, para las que establecen tarifas con respecto a la descarga de la música en la web.

Las entidades de gestión aparecen habilitadas por los autores y sus causahabientes a fin de que gestionen, en su lugar, tanto el otorgamiento de autorizaciones de cobertura para esas actividades de explotación secundaria de sus obras, como el cobro y posterior reparto de una contraprestación pecuniaria a cambio. Para cobrar esos derechos, las obras tienen que estar dadas de alta.

Este esquema de funcionamiento, que permite centralizar esta actividad en las entidades de gestión, solventa el problema que supondría para cada autor ocuparse, a título individual, de localizar a todos los potenciales usuarios de sus obras y dar los pasos necesarios para facilitarles las pertinentes licencias.

8.2. Reservas de derechos que no gestiona la SGAE

Conviene recordar que, cuando el autor o causahabiente (editor) se adhieren a una entidad de gestión, suelen hacer expresa reserva de una serie de explotaciones que desean permanezca bajo su control.

El artículo 157.3 LPI se basa en el otorgamiento de licencias no exclusivas a los usuarios que lo soliciten, y no se aplicará respecto a la utilización singular de una o varias obras de cualquier clase que requieran la autorización individualizada de su titular.

Leyendo los Estatutos de la SGAE y su contrato de adhesión, vemos que hay tres casos en los que se requerirá la autorización individualizada del titular de los derechos; en relación con la obra musical perteneciente al repertorio de la SGAE, son los siguientes:

- Primera reproducción de un fonograma.
- Sincronización en un film.
- Comunicación pública en un espectáculo escénico.

8.3. Derechos reservados a los artistas y gestionados colectivamente mediante la entidad de gestión que corresponda: AIE (con AGEDI en algunos casos)

Al igual que pasa con los autores, para los intérpretes, artistas y ejecutantes también hay unos derechos de gestión colectiva obligatorios:

- Derecho a percibir una compensación equitativa por copia privada. (fonogramas, videogramas y otros soportes sonoros).

- Derecho por comunicación pública de los fonogramas.

- Derecho por remuneración equitativa por distribución, reproducción mecánica (venta, alquiler o préstamo de las obras).

- Derecho exclusivo de autorizar la distribución por cable.

AIE es la Sociedad de Artistas, Intérpretes o Ejecutantes de España, la entidad de gestión que defiende los derechos morales y económicos de los artistas, intérpretes o ejecutantes.

8.4. Productores audiovisuales: EGEDA

EGEDA es la entidad de gestión que representa en España los intereses de los productores audiovisuales, derivados de los derechos que reconoce la LPI.

Fundamentalmente, EGEDA gestiona los siguientes aspectos:

- El derecho de remuneración por copia privada.

- Ciertas modalidades del derecho de comunicación pública, como la retransmisión y la comunicación en lugares abiertos al público, en nombre y por cuenta de los productores audiovisuales; entre otros, la proyección o exhibición de las obras cinematográficas y demás audiovisuales como las salas de cine, transportes públicos etc.; la emisión y transmisión de cualquier obra al público por hilo, cable, fibra óptica u otros procedimientos análogos como las emisiones por televisiones locales, cable o vía satélite, la comunicación pública en bares, hoteles, etc.

- La emisión de secuencias de obras audiovisuales, o la puesta a disposición de obras audiovisuales.

9. Otras vías de gestionar los derechos en la obra audiovisual-licencias abiertas

El sector audiovisual se ha caracterizado, durante mucho tiempo, por un modelo de negocio que tiene su fundamento en el monopolio industrial de las productoras. En ellas, han recaído todos los derechos necesarios para iniciar la producción y posterior explotación de la obra audiovisual; existen todavía pocas experiencias de obras audiovisuales que hayan supuesto una gran audiencia, prescindiendo de los contratos con productores y distribuidores audiovisuales y optando por su inclusión de licencias alternativas.

Sin embargo, en los últimos años, con las nuevas herramientas de producción que hacen posible la grabación y edición de vídeos de forma más económica y accesible, así como los nuevos medios de explotación de contenidos gracias a la digitalización e Internet, existe un claro acceso rápido a la difusión y distribución de estas creaciones a cualquier parte del planeta, impulsando la creación de modelos con los que el autor adopta una postura más permisiva; a su vez, se da paso a nuevos sistemas de construir alternativas de producción, difusión y distribución que antes eran impensables, y con ello el acceso a la explotación mediante licencias alternativas de contenidos abiertos, permitiendo a los creadores distintos sistemas con una cobertura legal de control en la cesión de derechos sobre sus obras y con la finalidad de dar a los usuarios un mejor acceso al disfrute de obras ajenas, e incluso a su posibilidad de transformarlas.

Este sector más activista ha optado por un tipo de licencias que carecen de antecedentes, a diferencia del sistema tradicional. En el sector audiovisual, imaginar un espacio de creación y gestión, dentro de esta nueva era de tecnológica con sustento económico, es algo todavía muy incipiente, aunque no por ello imposible. El estado actual de la técnica ha hecho necesario crear nuevos espacios alternativos para producir, promocionar y proyectar obras audiovisuales sin que tal cosa conlleve una merma de los derechos.

Al margen de esta situación, se está dibujando una nueva realidad formada por creadores y colectivos de producción, pequeñas productoras o experiencias comunicativas concretas (*streamings,* videoclips, creaciones en 3D), más receptivos a las licencias libres.

Los modelos "libres" o "abiertos" de producción y distribución de obras de propiedad intelectual se están empezando a probar en muchos ámbitos (música, producción literaria, enciclopedias, obras audiovisuales o publicación científica). Todos estos modelos se generan mediante las ideas y la experiencia del primer campo donde se probaron estos modelos: el software.

El objetivo de esta parte del temario es acuñar las distintas alternativas de licencias para la producción y explotación de obras audiovisuales, de acuerdo con las leyes de propiedad intelectual.

La OMPI (Organización Mundial de Propiedad Intelectual) define la licencia como la autorización concedida por el autor u otro titular del derecho de autor (licenciante) al usuario de la obra (licenciatario), para usar ésta en una forma determinada y de conformidad con unas condiciones entre ambos en el contrato pertinente (acuerdo de licencia), así como un contrato que autoriza al licenciatario a hacer algo que, en la ausencia de la licencia, normalmente constituiría una infracción de los derechos de propiedad intelectual del licenciante, haciendo referencia a la licencia contractual (contractual license), que participa la naturaleza jurídica de los contratos y no a la license (autorización unilateral). Una licencia no es más que un documento en el que se recoge qué se permite y qué no se permite hacer con las obras objeto de propiedad intelectual, y bajo qué condiciones. Tanto la doctrina como la jurisprudencia han entrado a conocer la fuerza obligacional de las "licencias libres".

El concepto de licencias libres nace de la libertad de software, *free software* u *open source software* o bien software de código abierto, que no deja de ser un conjunto de libertades que quien publica un programa garantiza a quien tenga acceso a él. Estas libertades están codificadas en la licencia del programa.

Las licencias libres o licencias *copyleft* se ofrecen como alternativa al sistema tradicional de los derechos de autor.

Muchas veces, se ha acusado injustamente a los colectivos que promueven alternativas de régimen tradicional el hecho de querer eliminar la propiedad intelectual o de estar en contra de los derechos de autor. Pero no es así; las licencias que vamos a detallar en este apartado surgen de iniciativas que adecuan formas de gestionar los derechos de acuerdo con una sociedad más actual y cambiante; en definitiva, buscan la *practicidad* en la gestión de derechos, pero respetando los derechos de propiedad intelectual. Cualquier proyecto de licencias libres se debe basar en la legislación de propiedad intelectual, ya que sin la existencia de unos derechos sobre las obras no sería posible elaborar herramientas de cesión flexibles como las que se plantean en estas iniciativas.

Estas licencias tienen vocación legal, en el sentido de que puedan ser eficazmente invocadas ante un juez si se considera que se ha utilizado la obra contraviniendo lo dispuesto en él.

Todas las licencias que se explican a continuación tienen muchas similitudes entre ellas; el objetivo y la filosofía que hay detrás son los mismos.

9.1. Movimientos iniciadores

El movimiento de las llamadas "licencias libres" con el concepto *copyleft* se inicia en el mundo del software cuando Richard Stallman, a partir de los años ochenta, decide crear un sistema operativo libre, el GNU. El objetivo era dar libertad a cualquier usuario para poder ejecutar, copiar, modificar y distribuir el programa siempre que acompañase esta licencia siguiendo cuatro libertades, que son las siguientes:

- Libertad de usar la obra sin restricciones.
- Libertad de estudiarla y adaptarla a necesidades particulares.
- Libertad de hacer y redistribuir copias.
- Libertad de hacer cambios y distribuirlos.

La idea principal es reutilizar la obra original y desarrollar obras derivadas, es decir, dar libertad a cualquier usuario de un programa para que se redistribuya y se modifique si se considera necesario, siempre y cuando se mantenga esta libertad para que cualquier otro pueda hacer lo mismo. Esta condición *copyleft* es la base del programa libre.

El movimiento acuñado bajo la denominación ***copyleft***agrupa distintos tipos de licencias libres de tradición anglosajona.

La situación de los programas libres no es muy diferente de los privativos: ambos tipos se distribuyen bajo licencia. Lo que les diferencia es, precisamente, tal y como se ha visto, lo que permite esa licencia libre.

La Ley de Propiedad Intelectual española y las Directivas de la Unión Europea aplicables estipulan que, si no hay permiso explícito, no se puede hacer casi nada con un programa de ordenador, incluso si se ha obtenido mediante compra. Sólo el propietario del programa (normalmente, su productor) puede otorgar ese permiso, mediante una licencia. Además, hay que tener en cuenta que la propiedad del programa no cambia porque se otorguen licencias sobre ella: éstas no suponen transferencia de propiedad, sólo otorgan algunos derechos de uso específicos. En el caso del software privativo, estos derechos son únicamente de uso (y típicamente con restricciones). En el software libre se conceden, además de éste, también los derechos de distribución y modificación.

De hecho, la principal diferencia de las licencias de software libre con las de programas privativos reside en que, en lugar de restringir lo que se puede hacer, otorgan ciertos permisos explícitos. Aun así, conviene recordar que las licencias libres también pueden poner condiciones orientadas a defender algunos derechos del productor (como la mención de autoría) o a procurar mantener la libertad del software según va pasando de mano en mano.

9.2. Tipos de licencias

9.2.1. GPL y GNU

Las licencias básicas de este movimiento de programas libres son la GPL (*general public license*) y la GNU (*free documentation license*), que se aplican en programas informáticos. Se trata de licencias impulsadas por la Free Software Foundation y protegen la libre distribución, modificación y uso de software. La finalidad es crear manuales, libros de texto u otros documentos funcionales y útiles "libres" para asegurarse de que todo el mundo pueda copiarlos, modificarlos y distribuirlos con finalidades económicas o no. Su propósito es declarar que el software cubierto por esta licencia es un "software libre"; se incluye una cláusula de cesión en cascada, también llamada "cláusula vírica *copyleft*", por la que se impone al usuario del software que realice modificaciones. Dicho usuario, a su vez, ha de permitir nuevas modificaciones y su distribución; de tal modo que, con esta cláusula, lo que se pretende es proteger al software de intentos de apropiación que restrinjan esas libertades a los usuarios. Hoy hay muchos programas que utilizan estas licencias, desde el Kernel Linux hasta entornos de escritorio como GNOME y KDE, y aplicaciones ofimáticas como OpenOffice o navegadores web como FireFox.

A partir de la filosofía *copyleft*, han aparecido distintos proyectos tendentes a facilitar a los usuarios instrumentos jurídicos que respondan a las cuatro libertades de Stallman mencionadas, concediendo un mayor control de este tipo de licencias.

9.2.2. La licencia Free Art

Arte Libre es una iniciativa francesa de Copyleft Attitude, nacida en el año 2000, que, a diferencia de la GNU, afirma reconocer y proteger los derechos morales del autor.

La licencia Arte Libre ofrece un marco jurídico tendente a impedir apropiaciones abusivas de todo tipo de obras, pero principalmente nace para difundir la noción del *copyleft* en el mundo artístico y, al mismo tiempo, promover el uso creativo de las obras artísticas por parte del público.

El artista que utiliza esta licencia garantiza que el usuario pueda:

- Hacer copias para uso personal o de terceros.
- Distribuir libremente el trabajo por cualquier medio, de manera gratuita o no.
- Modificar libremente el trabajo.

A su vez, le obliga a que las copias deben ir acompañadas de la misma licencia, a informar al usuario del nombre del autor de los originales, y a informar al usuario del lugar donde conseguir la obra original o consecutiva.

No está permitido incorporar los originales en otra obra que no estuviere sometida a la misma licencia, es decir, todos los elementos de la obra deberán permanecer libres.

Cuando un usuario ejercite los derechos de copia, difusión o modificación de la obra, implicará la aceptación tácita de las disposiciones de la licencia de arte libre.

La duración de la licencia será la de los derechos de autor asociado a la obra, pero, en el supuesto de que el usuario no respetara los derechos, perdería automáticamente los derechos concedidos.

No queda autorizado conceder sublicencias; esto deberá ir vinculado al autor de la obra original.

Es una licencia sometida al derecho francés, y es aplicable a cualquier territorio que haya firmado el Convenio de Berna.

9.2.3. Licencia Aire Incondicional

Esta licencia se redactó a principios del año 2004 especialmente para la exposición "Aire Incondicional, la emergencia de estrategias comunitarias y migratorias en Europa del Sur", que se realizó en Zúrich. Los responsables de esta exposición fueron los miembros del colectivo Platoniq.

La licencia Aire Incondicional ha sido redactada desde el principio en el marco legal de España y sometida al derecho español. Como casi todas las licencias libres, ésta también está inspirada en las licencias GNU de la Free Software Foundation, las de Creative Commons y las de Electronic Frontier Foundation, creadas en el ámbito anglosajón de los derechos de autor, concretamente en el norteamericano.

El objetivo de esta licencia es regular, de forma eficaz, las condiciones en las que el trabajo creado por un autor pueda ser reproducido, distribuido, comunicado públicamente y transformado libremente.

El autor cederá la explotación de la obra por tiempo indefinido y durante el tiempo que estos derechos de explotación mantengan su vigencia hasta que pasen a dominio público, para ser ejercitados en todo el mundo, de forma no exclusiva, gratuita y mediante la utilización de cualquier medio técnico de fijación, reproducción, distribución comunicación pública o transformación que actualmente se conozca o que en un futuro se invente.

Se obliga a reconocer, expresamente, la autoría de la obra incorporando de forma visible la identificación del autor y del título de la obra.

Solamente pueden ejercitarse los derechos de explotación manteniendo las condiciones de la licencia de forma íntegra sin variar sus contenidos.

El adquiriente se obliga a utilizar la obra, en las formas permitidas, sin ánimo de lucro y sin obtener beneficio económico o comercial, de forma directa o indirecta con ella. Queda definido "sin ánimo de lucro" como el acceso al acto de comunicación pública de la obra que dé lugar al pago de una cantidad que no exceda de lo necesario para cubrir los gastos de funcionamiento de este acto.

Se prohíbe la utilización de toda o parte de la obra para fines publicitarios y se presta especial atención al intercambio por medio de redes p2p. "El intercambio de la obra mediante sistemas que permitan compartirla con otras personas (*file-sharing*) no se considerará usada con ánimo de lucro, excepto si lleva aparejado el pago de alguna cantidad por algún concepto relacionado con el intercambio de la obra".

El ejercicio de cualquiera de los derechos supone la aceptación automática de las condiciones de su ejercicio.

9.2.4. Licencia Design Science

Esta licencia garantiza al usuario libertad para copiar, distribuir y hacer copias del trabajo, siempre que el texto de la licencia sea distribuido al lado de la obra. Es requisito indispensable que tanto el objeto como la "fuente" sean distribuidos en los mismos términos. La licencia no admite otras restricciones más allá de las especificadas en la licencia.

9.2.5. Licencias ColorIURIS

Se trata de un sistema mixto de autogestión y cesión de derechos de autor en línea a partir del respeto a los derechos de autor contemplados en el Convenio de Berna y en las legislaciones nacionales. Básicamente, está destinado a los creadores de contenidos que utilizan Internet para su difusión, publicación y/o puesta a disposición, que quieran ceder los derechos patrimoniales dentro y fuera de la Red.

ColorIURIS elabora herramientas informáticas y jurídicas que garanticen los efectos legales de las cesiones de derechos en los países de origen de los autores, respetando los derechos morales de autor y explicitando la cesión de derechos de explotación, a fin de lograr una mayor difusión de la cultura mediante acuerdos de licencia en línea. De esta forma, el sistema de licencias ColorIURIS

asegura que, si alguien utiliza los contenidos de un sitio web de forma contraria a la que ha dispuesto su titular, tendrá una herramienta jurídica que podrá esgrimir ante los tribunales contra el infractor.

Este sistema elabora diferentes posibilidades de **acuerdos de licencia** a partir de los datos introducidos por los titulares de los derechos, en función de dónde esté alojado el contenido, tales como sitios web, contenidos en línea, contenidos albergados en los servidores del autor, o de un tercero, o en el servidor ColorIURIS.

Tanto el **acuerdo de licencia** (contrato) personalizado como las sucesivas aceptaciones quedan **registradas** y **depositadas** en un "tercero de confianza" elegido por el titular de los derechos, es decir, la figura que, de acuerdo con el artículo 25 de la Ley 30/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico, se crea para que pueda ser utilizada por las partes de un contrato para archivar en soporte informático, por un plazo mínimo de cinco años, las declaraciones de voluntad de las partes consignando la fecha y hora en que dichas declaraciones tuvieron lugar, siendo el documento electrónico admisible en juicio como prueba documental. Además, incorpora la característica de registro (con fecha y hora) y depósito de las creaciones culturales en los servidores seguros de ColorIURIS.

También se contemplan licencias para contenidos tangibles que no estén digitalizados, como podría ser un máster de una película, un libro editado en papel, un CD de música, etc. En estos casos, **ColorIURIS** facilita a los creadores de contenidos la posibilidad de contar con un contrato en línea (registrado y depositado en el "tercero de confianza" escogido por el titular de los derechos), con una url única a la que pueden acceder los usuarios finales para aceptar los acuerdos de licencia (contratos) con condiciones más beneficiosas para los usuarios que las que resultan de la aplicación automática de la normativa de derechos de autor.

Características comunes de la licencia ColorIURIS y su uso

En función del país de origen del titular de derechos, el sistema ColorIURIS descartará aquellos contratos que sean contrarios a la legislación nacional del autor.

La duración de la cesión la decidirá el autor: como mínimo, será de un año; en cuanto al máximo, la duración de los derechos de autor según la ley, si el titular no dice nada por defecto, será de cinco años.

El ámbito territorial de la licencia también será otorgado por el titular de los derechos, siendo el valor por defecto el país de origen.

Para facilitar la redacción del contrato, el solicitante rellena un formulario donde define los derechos que quiere ceder y en qué supuestos: para usos comerciales, no comerciales, etc. En cualquier caso, se trata de contratos estándar pensados para aquellos autores que, como mínimo, quieren permitir la copia, comunicación a terceros y distribución para usos no comerciales de sus contenidos.

Para el registro, se deben facilitar los datos necesarios de acuerdo con las recomendaciones de la Unión Euroepa en materia de contratación electrónica.

La utilización de los logotipos que definen la política de derechos de autor del sitio web de los contratos asociados a los logotipos requiere la aceptación, por parte del autor, de las condiciones de uso de ColorIURIS.

Los terceros que visiten un sitio web de un autor pueden conocer su política de derechos de autor pulsando sobre el icono donde se abrirá el contrato, posibilitando aceptar el contrato de cesión de derechos. Si no acepta el contrato de cesión de derechos que se le presenta, no estará autorizado para hacer uso de los contenidos del sitio web.

Cada vez que un usuario final acepta un **acuerdo de licencia** (contrato) **ColorIURIS**, el autor (cedente de los derechos) recibe un correo electrónico informándole sobre quién ha aceptado las condiciones de los permisos otorgados. El usuario final recibe otro correo electrónico confirmando la realidad del contrato, y el tercero de confianza recibe, al tiempo, otro correo electrónico que quedará depositado como prueba del acuerdo de voluntades suscrito.

A modo de *"doble garantía",* la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre (FNMT) aplica un sellado de tiempo que garantiza la certeza del contrato con prueba plena ante los tribunales de justicia.

ColorIURIS y Creative Commons no son incompatibles. Hay que señalar que, ante cualquier tribunal de justicia, prevalecerá siempre un contrato aceptado por dos partes frente a una declaración unilateral de voluntad.

Sin embargo, si no existe aceptación, ni Creative Commons ni ColorIURIS permiten más usos que los que permita la legislación que sea de aplicación.

Diferentes licencias contractuales ColorIURIS

Las licencias se identifican mediante un icono que consta de dos partes: la primera informa de la política de cesión de derecho de transformación, y la segunda sobre la política de cesión de los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública, utilizando un código de colores con distintas situaciones.

Respecto a la cesión de los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública, existen las dos siguientes opciones:

- Con ánimo de lucro: verde.
- Sin ánimo de lucro: rojo.

En torno a la cesión de derechos de transformación, se puede elegir entre lo siguiente:

- No permite realizar obras derivadas: rojo.
- Permite la transformación y realizar obras derivadas par un uso no comercial.
- Realizar obras derivadas para uso comercial o no comercial: verde.
- Cláusula de cesión en cascada obliga a ceder en los mismos términos cualquier obra derivada.

Las dos partes en un color:

- Cesión de los derechos de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación con o sin ánimo de lucro y cesión en cascada: azul total.
- Cesión de los derechos de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación sin ánimo de lucro y cesión en cascada: amarillo total.

9.2.6. Licencia artística de Blender

Está diseñada para distribuir ficheros de ejemplo, imágenes fijas y animaciones realizadas con el sofware de 3D Blender.

Permite la copia, modificación y distribución libre de los contenidos, siempre que éstos se acompañen del texto de la licencia.

Esta licencia es utilizada para los contenidos creados con el programa Blender; es diferente de la licencia del propio software, licenciado con GNU GPL.

Recientemente, la Fundación Blender ha producido el proyecto *Elephants Dream,* un largometraje de animación íntegramente desarrollado con el software Blender y distribuido con una licencia Creative Commons dentro de lo que se ha denominado como Orange Open Movie Project. El film, los recursos

de producción, las imágenes, la banda sonora, etc., pueden ser descargados de su web (orange.blender.org) y utilizados libremente con la correspondiente atribución de autoría.

9.2.7. Licencias Creative Commons

Creative Commons es una organización sin ánimo de lucro que nace el año 2001 en Estados Unidos dentro de la filosofía del *copyleft* y tiene representaciones en distintos países a través de las instituciones afiliadas.

Las licencias Creative Commons han aparecido en el sector digital, facilitando una nueva manera de difundir contenidos en la Red y en otros canales.

El lema del proyecto es "Some Rights Reserved", en contraposición con el tradicional "All Rights Reserved". Se trata de ceder algunos derechos y conservar otros, dentro del marco legal de propiedad intelectual.

Estas licencias se redactaron conforme a la legislación estadounidense y, desde el principio, se pensó en adaptar estos textos a otras legislaciones. Su objetivo fundamental es completar el régimen actual de los derechos de autor, y se han desarrollado seis licencias en base a cuatro condiciones básicas, que son las siguientes:

- El reconocimiento (*attribution*).
- La no comercialización (*non-commercial*).
- La no creación de obras derivadas (*non derivative-works*).
- Compartir igual (*share alike*).

El proyecto Creative Commons en España se inicia en el año 2003, por mediación de la Universidad de Barcelona, con el fin de adaptar las licencias existentes a la legislación de propiedad intelectual del Estado español.

La utilización de este tipo de licencias es gratuita y no se debe registrar la obra en ningún depósito digital específico.

Tipo de licencias

Este tipo de licencias ofrecen algunos derechos a terceras personas bajo ciertas condiciones. En la web de Creative Commons, se ofrece escoger o unir las condiciones de la siguiente lista. Hay un total de seis licencias Creative Commons para escoger:

- **Reconocimiento (*attribution*):** en cualquier explotación de la obra autorizada por la licencia hará falta reconocer la autoría.

- **No comercial (*non commercial*):** la explotación de la obra queda limitada a usos no comerciales.

- **Sin obras derivadas (*no derivate works*):** la autorización para explotar la obra no incluye la transformación para crear una obra derivada.

- **Compartir igual (*share alike*): l**a explotación autorizada incluye la creación de obras derivadas, siempre que mantengan la misma licencia al ser divulgadas.

Con estas cuatro condiciones combinadas, se generan las seis licencias que se pueden escoger entre las siguientes:

- **Reconocimiento (by):** se permite cualquier explotación de la obra, incluyendo una finalidad comercial, así como la creación de obras derivadas. La distribución de éstas también está permitida sin ninguna restricción.

- **Reconocimiento - no comercial (by-nc):** se permite la generación de obras derivadas siempre que no se haga un uso comercial. Tampoco se puede utilizar la obra original con finalidades comerciales.

- **Reconocimiento - no comercial - compartir igual (by-nc-sa):** no se permite un uso comercial de la obra original ni de las posibles obras derivadas. La distribución de éstas se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.

- **Reconocimiento - no comercial - sin obra derivada (by-nc-nd):** no se permite un uso comercial de la obra original ni la generación de obras derivadas.

- **Reconocimiento - compartir igual (by-sa):** se permite el uso comercial de la obra y de las posibles obras derivadas. La distribución de éstas se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.

- **Reconocimiento - sin obra derivada (by-nd):** se permite el uso comercial de la obra, pero no la generación de obras derivadas.

La negativa a las autorizaciones establecida en cada licencia no significa que estos usos de derechos estén prohibidos para siempre, sino que quien los quiera utilizar tendrá que pedir la correspondiente autorización expresa a su titular de la misma forma que un modelo de derechos de autor tradicional mediante un acuerdo.

El hecho de que un autor permita que la obra se utilice en determinadas condiciones significa que el tercer licenciatario podrá usarla en esas condiciones sin tener que solicitar ningún permiso especial, ya que la obra está acompañada de una licencia previa que la acompaña y la publicita.

Lo que se pretende con las licencias Creative Commons es la practicidad en el uso y la explotación de las obras por terceros. Esto conlleva una mayor difusión y evita la solicitud de autorizaciones de los titulares de los derechos, muchas veces compleja y difícil. Estas licencias son textos legales mediante las cuales el autor o el titular de los derechos de autor ceden algunos derechos de explotación de la obra asociada a la licencia. Estas licencias no incluyen ninguna referencia a los derechos morales, puesto que esta cesión es imposible de acuerdo con la legislación española. En todas estas licencias, como mínimo se debe reconocer la autoría de la obra, y aparece siempre el texto: "Todos aquellos derechos no cedidos expresamente por el licenciador quedan reservados".

Hay que tener en cuenta que el titular de la obra, al incluir una licencia Creative Commons, no le excluye ni le limita el uso que el titular quiera hacer en la forma que considere más conveniente, porque lo que se cede es que un tercero utilice la obra de una forma determinada.

Todas estas licencias son de ámbito mundial y no exclusivas, y la cesión de los derechos que implican es sin derecho a remuneración. La cesión se extiende a la vigencia de los derechos de autor establecida en la Ley de Propiedad Intelectual, es decir, 70 años desde la muerte del autor. Es una licencia irrevocable; sin embargo, el licenciador titular originario de los derechos de la obra se reserva el derecho a divulgarla o a publicarla en condiciones diferentes o incluso a retirarla; en este caso, la licencia continuará vigente para quienes hayan recibido la obra con anterioridad.

En mi opinión, el inconveniente de una obra con dicha licencia es que no podemos controlar exactamente su uso, y si el objetivo de la obra es obtener un rendimiento económico, dependiendo de la obra podría bajar su valor si la quisiésemos ceder a un tercero en exclusiva por el hecho de contener una licencia abierta que no se puede revocar; o sea, no sabríamos qué uso han hecho terceros de nuestra obra, y esto, en según qué escenarios, podría carecer de garantías frente a terceros adquirentes en exclusiva.

Además de las licencias estándar mencionadas, existen otras en la web de Creative Commons:

- Public Domain: esta licencia esta basada en la jurisdicción de Estados Unidos, donde es posible renunciar a los derechos de una obra y hacer que pase antes a su dominio público.

- Sampling: dentro de este apartado, hay dos licencias diferentes pensadas para materiales susceptibles de ser mezclados con la música, el vídeo y la imagen.

- Share Music: esta licencia es equivalente a la estándar de reconocimiento - no comercial - sin obras derivadas.

Las licencias Creative Commons promueven la difusión de todo tipo de creaciones (escritos, música, audiovisuales, interactivos, materiales educativos, etc.) bajo un conjunto de modelos de licencias que permiten el uso, la reproducción y la transmisión, garantizando unos determinados derechos a los autores (reconocimiento de autoría, integridad de la obra, etc.).

10. Aplicación de licencias libres a creaciones audiovisuales

Las licencias Creative Commons son las más utilizadas para asegurar unas mínimas libertades en el uso de materiales de diferente naturaleza (textos, música y audiovisuales). Como hemos comentado, estas licencias no suponen renuncia a los derechos de propiedad intelectual, sino que tienen como punto de partida el elenco de facultades que se reconoce al creador de la obra para decidir qué derechos cede libremente a terceros y cuáles no.

La Ley de Propiedad Intelectual exige que todos los autores cedan los derechos de forma conjunta, pero si es el productor el que tiene los derechos de explotación, tras haber firmado un contrato de cesión con todos los autores, en forma o no de contrato de producción, será únicamente éste el facultado para decidir si pone o no la obra a disposición del público bajo una licencia libre.

Los elementos básicos de la licencia Creative Commons son los siguientes:

- Utilización sin límites: el autor decide que los terceros puedan utilizar (derecho de uso) su obra libremente.

- Distribución y redistribución de tantas copias como se quiera: el autor decide que los terceros puedan distribuir (ejemplares de la obra) a otros, y éstos a su vez a otros tantas veces como se quiera, para lo cual cede el derecho de reproducción y distribución.

- Modificación de la forma deseada: el autor permite que terceros puedan transformar la obra.

- Compartir igual, o que a la obra derivada de esa modificación se le aplique también la licencia Creative Commons. Fruto de la transformación de una obra preexistente, surge una obra derivada. A esta obra (y a los derechos del autor de ella) se le aplican las reglas del *copyleft*.

- Reconocimiento: este elemento es una muestra del derecho moral de los autores a asumir la paternidad de la obra, siendo una obligación ineludible, por parte de los cesionarios de estas licencias, que mencionen el nombre del autor en cada uso de la obra.

Los elementos complementarios son los siguientes:

- Que las condiciones de la licencia no se puedan revocar ni alterar: los terceros beneficiarios de estos derechos son simples usuarios que deben asumir la licencia Creative Commons como contrato de adhesión.

- Que la obra y sus versiones derivadas estén siempre en un soporte que permita su modificación: siempre que se esté permitiendo modificar libremente la obra y que de ésta se generen obras derivadas.

- Que la obra original quede documentada, así como sus versiones derivadas: acompañada de la licencia.

- La ausencia de garantía.

La complejidad de los elementos susceptibles de soportar licencias en las obras audiovisuales y la aplicación de las licencias libres pueden generar algunos problemas:

- Que el productor audiovisual disponga de elementos creativos bajo licencia libre y que los incorpore a su producción: si esos materiales son el guión o el argumento de la obra o la música compuesta específicamente para esta obra (es decir, autores de la obra audiovisual), el productor podrá copiarlas, modificarlas y distribuirlas, ya que el autor audiovisual se acoge a una licencia libre, aun cuando esta licencia no se traslada al conjunto de la obra (la obra audiovisual terminada) sobre la que únicamente puede decidir el productor. Para estos casos, las licencias Creative Commons se aplican parcialmente; no se puede adoptar el requisito de aplicar al conjunto la misma licencia libre que a un elemento particular ya que no hay obra derivada, sino obra compuesta cuyos derechos de explotación corresponden al productor, quien decidirá si aplica o no una licencia libre al conjunto.

- Que el productor disponga de obras previas de licencias libres que se introducen en la obra audiovisual y que pertenecen a autores ajenos a la producción audiovisual, como es el caso de una obra musical preexistente, una imagen, etc., situaciones en las que sucede lo mismo. La licencia libre no limita los derechos del productor ni impone sus condiciones a la obra audiovisual.

- Que el productor audiovisual decida poner, bajo licencia libre, una obra audiovisual que está formada por otros elementos creativos (ya se trate de una obra compuesta y en colaboración) con independencia de que cada uno de estos elementos se hayan adquirido bajo licencia libre o no, sin que los autores audiovisuales o autores de otras obras incorporadas a la audiovisual limiten este derecho. Cualquiera de las licencias libres se podría aplicar a este caso.

- Que el productor utiliza obras audiovisuales previas para crear nuevas versiones o *remakes,* modificarlas o adaptarlas, etc. Si las obras audiovisuales

previas se han adquirido bajo licencia libre, la obra derivada deberá distribuirse también bajo este tipo de licencia, siempre y cuando se haya establecido esta cláusula en la elección de la licencia. Si no existe licencia libre, el productor tendrá que obtener obligatoriamente una autorización de los titulares de la obra previa para su adaptación o modificación, y la obra derivada podrá ser distribuida bajo licencia de cualquier tipo, incluida la licencia libre.

Para que una obra audiovisual sea un bien libre, debe al menos asegurar la libertad de proyección, copia y utilización de sus imágenes sin límite de tiempo. Hay que señalar que la falta de obras y autores de referencia que hayan apostado por las licencias libres, el desconocimiento generalizado de la legislación y el límite en el uso y acceso a imágenes ajenas hace que haya dificultad para la difusión de las licencias libres en el ámbito audiovisual. Igualmente, el restringido derecho de cita, así como lo ambiguo de su aplicación, genera inhibición y limita su uso libre.

Estos límites resultan más graves si consideramos que buena parte de las creaciones, fundamentalmente los documentales, suelen depender de imágenes grabadas por otras personas, sobre las que se tiene un acceso limitado y sujeto a pago, de acuerdo a la legislación.

También es importante señalar que todavía no existe un modelo económicamente viable de negocio *copyleft*.

10.1. Ejemplos de materiales libres en obras audiovisuales

En el sector audiovisual, el depósito Internet Archive es un archivo inmenso de contenidos audiovisuales, algunos de dominio público y otros sujetos a algunas licencias de Creative Commons.

Referencias web de imágenes libres

http://www.sinantena.net/

http://theplatform.nuevaradio.org/

http://eguzkibideoak.net.

http://www.okupemlesones.org/joomla/programacio.html.

http://www.indymedia.org/projects.php3

http://satellite.indymedia.org/

http://ngvision.org

http://www.letra.org/spip/article.php?id_article=688

http://www.nodo50.org/rebeldemule/index.php

http://clearerchannel.org/

http://video.indymedia.org/en/

http://v2v.cc

http://freundeskreis-videoclips.de/

http://indytorrents.org/

http://kanalb.org/

http://videoactivism.org/

http://www.archive.org/

http://chomskytorrents.org/

http://www.obscuredtv.com/newsite/news.php

http://www.platoniq.net/ai

Ejemplo

Ejemplos de largometrajes con licencias de Creative Commons: *Elephant's Dream,* licencia de reconocimiento que fue creada mediante herramientas de programa libre.

La finlandesa *Star Wreck*. Se puede descargar la película original, los subtítulos y otros recursos, comprar todo tipo de *merchandising* y solicitar un uso comercial como, por ejemplo, la emisión por televisión.

También está el cortometraje de Guillermo Zapara *Lo que tú quieras oír.*

Es interesante mencionar el proyecto impulsado por la televisión pública británica BBC, mediante el Creative Archive License Group. Este grupo formado por la BBC, Channel Four, Open University y la Filmoteca británica tiene como objetivo poner a disposición del público la mayoría de su fondo audiovisual mediante una licencia propia basada en el reconocimiento - no comercial y compartir igual. Además, se incluyeron unas cláusulas adicionales: la prohibición de insinuar una relación entre el usuario y el grupo audiovisual, y el límite territorial del Reino Unido.

Barcelona Visió es un proyecto creado por Deboom Studio i 4W con el soporte del Ayuntamiento de Barcelona; ofrece un espacio a los internautas que quieran depositar sus creaciones audiovisuales con un eje temático común: la ciudad de Barcelona. Lo vídeos producidos por Barcelona Visió normalmente están sujetos a la licencia de reconocimiento - no comercial.

Es decir, el material creado por un artista podrá ser distribuido, copiado y exhibido por terceros si se muestran los créditos. No se podrá obtener ningún beneficio comercial y las obras derivadas tendrán que estar bajo los mismos términos de licencias que otorga la obra original. Esta es la licencia que, por defecto, utilizan los usuarios cuando depositan sus creaciones.

Los recursos audiovisuales de corta duración se difunden con la licencia de reconocimiento - compartir igual.

Por otro lado, cabe destacar que las experiencias colectivas que han apostado de manera clara por estas licencias libres han sido las productoras próximas a iniciativas sociales, las cuales han luchado para que las licencias libres sean un elemento central de su producción.

Ejemplo

Algunos de los casos más destacables, en lo que se refiere a colectivos, serían Okupem les Ones, La Plataforma, SinAntena o Eguzki Bideoak. Se trata de un conjunto de proyectos de producción audiovisual que, desde hace algunos años, han comenzado a aplicar estas licencias a sus creaciones.

Sin embargo, el aspecto más importante en la consolidación y expansión de las licencias libres se encuentra en el capítulo de las producciones concretas: vídeos particulares, documentales de muy distinta índole, videoblogs y videocreaciones.

Resumen

Es útil construir una web para uno mismo y los proyectos; *blogear, tweetear* y unirse a la conversación; construir una comunidad propia y utilizarla para conseguir la financiación y para la promoción y distribución de la película; usar los vídeos virales; estar presente en múltiples plataformas.

Hay que entender que ahora las personas pueden agruparse en torno a una película, mirarla e interactuar con ella de nuevas maneras, y por encima de todo, ser persistentes y muy creativos.

Anexo

Cuadro resumen de derechos

Derechos de contenido patrimonial		
Derechos exclusivos de explotación	Derecho a autorizar la fijación	• Artistas (art. 106 TRLPI) • Entidades radiodifusión (art. 126 TRLPI) • Productor (art. 121 TRLPI)
	Derecho a autorizar la reproducción	• Autores (arts. 17 y 86 TRLPI) • Artistas (art. 107 TRLPI) • Productores audiovisuales (art. 121 TRLPI) • Entidades radiodifusión (art. 126 TRLPI)
	Derecho a autorizar la distribución	• Autores (arts. 17 y 88 TRLPI) • Artistas (art. 109 TRLPI) • Productores audiovisuales (art. 123 TRLPI) • Entidades de radiodifusión (art. 126 TRLPI)
	Derecho a autorizar la comunicación pública	• Autores (arts. 17 y 86 TRLPI) • Artistas (art. 107 TRLPI) • Productores audiovisuales (art. 121 TRLPI) • Entidades radiodifusión (art. 126 TRLPI)
	Derecho a autorizar la transformación	• Autores (art. 17 TRLPI)
	Derecho de colección	• Autores (art. 22 TRLPI)
	Derecho de participación en los rendimientos económicos	• Autores (art. 46 TRLPI)
Derechos de remuneración Gestión colectiva: SGAE (autor) EGEDA (productor) AIE (artista) AGEDI (discográfica) DAMA (guionistas)	Remuneración por comunicación pública	• Autores (art. 90 TRLPI) • Artistas (art. 108.3 TRLPI) • Productores audiovisuales (art. 122 TRLPI)
	Remuneración por alquiler	• Autores (art. 90 TRLPI) • Artistas (art. 109 TRLPI)
Derecho compensatorio equitativo Gestión colectiva: SGAE (autor) EGEDA (productor) AIE (artista) AGEDI (discográfica)	Remuneración compensatoria por copia privada	• Autores (art. 25 TRLPI) • Artistas (art. 25 TRLPI) • Productores audiovisuales (art. 25 TRLPI)
Derechos de contenido moral		
Divulgación y condiciones: decidir de qué manera se va a divulgar la obra y si se hará en su nombre, pseudónimo o anónimo.		• Autores (art. 14 TRLPI)
Paternidad: exigir el reconocimiento de la condición de autor de la obra.		• Autores (art. 14 TRLPI) • Artistas (art. 113 TRLPI)

Integridad: impedir modificación o alteración que suponga un perjuicio a los intereses legítimos o a la reputación del autor.	• Autores (art. 14 y 92 TRLPI) • Artistas (art. 113 TRLPI)
Modificación: respetando derechos de terceros adquiridos y las exigencias de bienes de interés cultural.	• Autores (art. 14 TRLPI)
Retirada del comercio: a causa de cambio de convicciones previa indemnización de daños y perjuicios a los titulares de los derechos de explotación.	• Autores (art. 14 TRLPI)
Acceso al ejemplar único: cuando se encuentre en poder de otro para exigir el derecho a la divulgación.	• Autores (art. 14 TRLPI)
Autorizar el doblaje	• Autores (art. 88 TRLPI) • Artistas (art. 113 TRLPI)