
Dret d'autor i comunicació: últimes novetats i perspectives de futur

PID_00270864

Javier Díaz Noci

Temps mínim de dedicació recomanat: 4 hores



**Javier Díaz Noci**

Actualment catedràtic de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona, és doctor en Dret, a més de llicenciat en Ciències de la Informació, i va ser periodista en exercici de diversos mitjans impresos i audiovisuals entre 1985 i 1992. És també doctor en Història. La seva especialitat són els mitjans digitals i els drets d'autor sobre l'obra informativa. Ha estat professor visitant de diverses universitats, entre elles les de Reno, Nevada (Estats Units), Oxford (Regne Unit) i Federal de Bahía (Brasil).

L'encàrrec i la creació d'aquest recurs d'aprenentatge UOC han estat coordinats per la professora: Silvia Martínez Martínez

Primera edició: febrer 2020
© Javier Díaz Noci
Tots els drets reservats
© d'aquesta edició, FUOC, 2020
Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona
Realització editorial: FUOC

Cap part d'aquesta publicació, incloent-hi el disseny general i la coberta, no pot ser copiada, reproduïda, emmagatzemada o transmesa de cap manera ni per cap mitjà, tant si és elèctric com mecànic, òptic, de gravació, de fotocòpia o per altres mètodes, sense l'autorització prèvia per escrit del titular dels drets.

Índex

Introducció	5
Objectius	6
1. L'estructura del dret d'autor	7
1.1. Drets morals	8
1.2. Drets patrimonials	11
1.3. Cessió de drets	16
1.3.1. Contractes	18
1.3.2. Convenis nacionals, sectorials i col·lectius	19
1.3.3. Avisos legals	19
1.3.4. Llicències: <i>Creative Commons</i> i <i>Color Iuris</i>	19
1.4. Altres drets	20
1.4.1. Drets d'artistes i executants	20
1.4.2. Drets <i>sui generis</i> : bases de dades	21
1.5. Dret de compensació per còpia privada i per agregació: el cànon AEDE	21
1.6. Els usuaris disposen de drets d'autor?	22
2. Tipus d'obres	24
2.1. Obra individual	24
2.2. Obra en col·laboració	25
2.3. Obra composta	25
2.4. Obra col·lectiva	26
2.5. El cas especial de l'obra audiovisual	27
2.6. Particularitats de l'obra publicitària	28
3. Qui és l'autor de l'obra comunicativa? A qui protegeix el dret d'autor?	31
3.1. Autor de l'obra individual	31
3.2. Autor de l'obra en col·laboració	32
3.3. Autor de l'obra col·lectiva	32
4. La reforma europea: el <i>press publishers' rights</i> (i altres)	34
4.1. L'abast de la reforma	34
4.2. Drets afins per als editors de premsa: l'article 15 de la Directiva	36
4.3. La implementació de l'article 15 en l'àmbit nacional. El cas francès	37
4.4. Els continguts produïts pels usuaris: l'article 17 de la Directiva	40

Bibliografia..... 43

Introducció

En aquest mòdul s'explica, d'una banda, quin és l'estructura dels drets d'autor (i altres drets afins) i quines són les principals categories jurídiques, tant referents a les obres intel·lectuals com als seus autors, productors i intèrprets, que s'apliquen. I d'altra banda, quins són els canvis que en aquesta estructura provoca l'aplicació de la **Directiva sobre drets d'autor i drets afins en el mercat únic digital**, o **Directiva 2019/790**. Sobretot perquè aquesta Directiva, que s'ha començat a implementar ja en els Estats membres de la Unió Europea i en les seves respectives legislacions sobre propietat intel·lectual, introdueix un nou dret afí o connex, pensat per a beneficiar els editors de premsa enfront dels grans agregadors digitals, com Google, a qui es reclama una remuneració compensatòria, que, en tot cas, s'ha de compartir d'alguna manera amb els autors. Examinem també els canvis legislatius que s'estan produint sobre els continguts produïts pels usuaris, d'especial importància a l'entorn digital, i les seves limitacions i tendències.

Objectius

L'objectiu principal és obtenir un coneixement general de l'estructura de la protecció jurídica als autors.

Els objectius secundaris són:

1. Distingir els tipus d'autors en funció del tipus d'obra.
2. Distingir els diferents drets i fins a quin punt es poden, i s'han de cedir.
3. Entendre les particularitats de l'obra comunicativa i, especialment, de l'obra periodística, l'obra audiovisual i l'obra periodística a internet.
4. Estar al dia de les últimes tendències en matèria legislativa referent als drets d'autor, d'autors, persones jurídiques i usuaris. I en concret, de les modificacions profundes que la **Directiva sobre drets d'autor i drets afins en el mercat únic digital**, o **Directiva 2019/790** introduirà en l'obra comunicativa, i especialment en l'obra periodística.

1. L'estructura del dret d'autor

Els drets dels autors, i d'aquells a qui els cedeixen, es denominen normalment **drets de propietat intel·lectual**. Si bé no es tracta pròpiament d'una propietat real en sentit estricte, sinó més aviat d'un complex sistema de llicències, les lleis, i en concret l'espanyola (el **Text reformat de la Llei de propietat intel·lectual, TRLPI 1/1996**) se solen denominar d'aquesta manera. Encara que la doctrina jurídica, i també nosaltres, prefereix parlar de dret (o drets) d'autor, a efectes pràctics empremem de forma indistinta tots dos termes (Barberán, 2010). També a efectes pràctics manejarem la definició següent que fa de la propietat intel·lectual el Ministeri de Cultura i Esport espanyol:

«La propietat intel·lectual és el conjunt de drets que corresponen als autors i a altres titulars (artistes, productors, organismes de radiodifusió...) respecte de les obres i prestacions fruit de la seva creació».

Ministeri de Cultura (s. f.). Definició de la propietat intel·lectual. [Disponible en línia]. <http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/propiedadintelectual/la-propiedad-intelectual/definicion.html>.

La pròpia definició avança una particularitat de l'estructura dels drets d'autor, i és que cobreix determinades persones, naturals o jurídiques, que no són pròpiament autors (Bercovitz, 2001). La Llei de propietat intel·lectual solament reconeix com a autors les persones naturals, però en canvi, hi ha una categoria d'obres, les **obres col·lectives**, que es produeixen a instàncies de persones jurídiques, empreses generalment.

És el cas, precisament, del mercat informatiu: les notícies no s'ofereixen, o almenys no s'ofereixen, abans de la World Wide Web de forma individual o aïllada, sinó en forma de «paquets» informatius. Dit sigui de pas, històricament, almenys des del segle XVII, s'ha considerat difícil vendre les notícies per unitats. Per això les empreses informatives, els mitjans de comunicació, han preferit la venda per paquets, diaris, per exemple, és a dir, oferint un conjunt d'obres individuals més o menys heterogènies que es venen a un preu únic, una obra col·lectiva, per emprar un concepte jurídic.

D'altra banda, el sistema jurídic de propietat intel·lectual cobreix no solament els autors pròpiament dits, és a dir, els creadors –i els productors, cas de l'obra audiovisual–, sinó també els intèrprets i executants. És el que es denominen **drets connexos o afins**, molt importants en el cas, per exemple, de la música, i d'abast més limitat quant a l'obra informativa, encara que podem trobar casos d'aplicació; per exemple, el cas dels presentadors de notícies o dels locutors que, per dir-ho així, vehiculen o interpreten una obra realitzada per altres persones. A més, la legislació contempla una sèrie de drets denominats *sui generis* que s'apliquen a certes classes de **bases de dades**. Els drets afins han estat, no obstant això, la via que el legislador europeu ha trobat per a atendre les reivindicacions dels qui no són intèrprets o executants, sinó **productors d'obra col·lectiva**.

Lectura recomanada

P. J. Barberán Molina (2010). *Manual práctico de propiedad intelectual*. Madrid: Tecnos.

Lectura recomanada

R. Bercovitz Rodríguez-Cano (coord.) (2001). *Manual de propiedad intelectual*. València: Tirant lo Blanch.

En realitat, la principal distinció quant a l'estructura dels drets que el sistema de propietat intel·lectual reconeix als autors a tot el món es dona entre els **drets morals** i els **drets econòmics** o d'exploració econòmica de les obres.

Des de finals del segle xx això és així en pràcticament tots els països del món, i en concret es tracta d'una distinció pròpia del sistema de dret continental, d'arrel romana o *Civil Law*, majoritari, que va ser adoptada, no sense reticències i gràcies al procés d'harmonització jurídica impulsada per l'**Organització Mundial de la Propietat Intel·lectual**¹, pels països de dret anglosaxó o *Common Law*, com Estats Units, o els països de la Commonwealth, amb un abast en tot cas més petit que en la primera de les tradicions jurídiques esmentades, a la qual pertanyen Espanya (i la immensa majoria, excepte Irlanda, dels països de la Unió Europea) (Strowel, 1993). A aquesta distinció entre drets morals dels autors i drets d'exploració econòmica de l'obra intel·lectual ens referirem en primer lloc, perquè resulta bàsica per a entendre en què consisteix la protecció jurídica del sistema de propietat intel·lectual.

Per tant, i aquesta és una altra qüestió que tractarem en aquest mòdul, les instàncies internacionals estan intentant harmonitzar el dret d'autor. Tant l'OMPI com les institucions de la Unió Europea han donat ja passos en aquest sentit. De fet, en el moment de redactar aquestes línies està ja aprovada la **Directiva sobre copyright en el mercat únic digital**, aprovada en el 2019, que haurà de ser implementada per tots i cadascun dels Estats membres, entre ells Espanya, i que conté en el seu articulat disposicions directament referides a l'obra informativa.

1.1. Drets morals

Els drets morals, de gran importància en el dret d'arrel llatina, i menys en la *Common Law* –la legislació anglesa, per exemple, exclou els periodistes del gaudi d'aquests drets, excepte acord amb l'empresa– pertanyen a l'esfera personal de l'autor, i per tant, s'aplicarien únicament i exclusivament a les persones físiques (González, 1993). Que es tracti de drets personals i morals no vol dir que, eventualment, puguin tenir una importància econòmica, per a començar perquè no respectar-los suposa temptar contra la dignitat i la reputació dels autors.

Per exemple, si es conculca el dret d'un autor a signar o no la seva obra, o si s'altera per part de l'empresa que contracta l'autor la integritat de la seva obra, per citar solament dos dels drets morals que a continuació explicarem amb una mica més de detall, la reputació professional d'un periodista o d'un fotògraf poden resultar perjudicades.

No és una qüestió secundària fer respectar aquests drets morals dels autors, encara que no es tracti de drets d'exploració econòmica de l'obra.

⁽¹⁾L'OMPI, o WIPO segons les sigles en anglès.

Lectura recomanada

A. Strowel (1993). *Droit d'auteur et copyright: divergences et convergences: étude de droit comparé*. Brussel·les, París: Bruylant.

Lectura recomanada

M. González López (1993). *El derecho moral del autor en la ley española de propiedad intelectual*. Madrid: Marcial Pons.

La primera característica que diferencia els drets morals dels drets patrimonials o d'explotació econòmica de l'obra és que els primers són **irrenunciables i inalienables**.

Per tant, no es poden cedir ni transferir de cap manera. No es poden perdre i no es poden alienar, sempre romanen en l'esfera personal de l'autor. Fins i tot després de la seva mort: al contrari que els drets patrimonials, que s'extingeixen o, millor dit, passen al domini públic setanta anys després de la mort de l'autor, com a regla general, els drets morals han de ser respectats fins i tot transcorregut aquest termini, i d'això se'n poden encarregar les institucions públiques.

Hi ha diversos drets morals, la majoria amb una clara importància per als periodistes i alguns d'ells influïts per internet.

1) El primer d'aquests drets és el de **divulgació de l'obra**: Solament l'autor està facultat per a decidir divulgar o donar a conèixer l'obra o no, és a dir, deixar-la inèdita, sense publicar. Així mateix, té dret a retirar-la del mercat quan ho cregui convenient, encara que per a això la llei estableix que ha de pagar els perjudicis que això causi al cessionari de l'obra. Exercir aquesta última potestat pot, en el món digital, resultar difícil, encara que no impossible.

Si un autor, un periodista per exemple, o un dibuixant, infografista, autor publicitari o fotògraf, decideix retirar la seva obra després d'haver estat publicada, s'ha de tenir en compte que aquesta, molt possiblement, hagi passat a formar part de l'hemeroteca o, més pròpiament parlant, de la base de dades del mitjà, i a més és també habitual que s'enllaci a obres més recents en forma d'informació relacionada. Si es tracta d'un periodista o un altre autor assalariat, caldrà remetre's al que es disposi en el seu contracte sobre el dret a retirar una obra del mercat –dret irrenunciable i inalienable, recordem-ho– i, sobretot, el càlcul de la indemnització a la qual això doni lloc. D'altra banda, una vegada extingida la relació contractual entre el cessionari –l'empresa– i l'autor, caldria examinar amb quin dret la primera pot mantenir l'obra en el mercat, almenys si no abona algun tipus de compensació a l'autor o els seus drethavents.

2) **Dret de paternitat de l'obra**: En tot moment, l'autor o autors tenen dret a ser reconeguts com a autors de la seva pròpia obra, i al fet que el seu nom figuri, o no, lligat a aquesta obra, i en la forma que l'autor determini.

Per exemple, és dret únicament de l'autor decidir si signa la seva obra i com, si amb el seu nom real o amb un pseudònim, fins i tot deixar-la anònima.

És fins a cert punt freqüent que el periodista decideixi lliurement no signar la seva obra, la qual cosa s'ha denominat «renunciar a l'obra», fent constar que prefereix mantenir en reserva la seva identitat, sense detriment que quan ho consideri oportú pugui revelar-la. Si aquest dret, que solament correspon a l'autor, es vulnerés, donaria lloc al fet que aquest pogués reclamar una indemnització. Es tracta, d'altra banda, d'una pràctica habitual dels mitjans de comunicació, recullen en clàusules contractuals o de disposicions en els llibres d'estil, i determinen així quan i com se signen les informacions, i en quins casos determinades peces informatives s'atribueixen al mitjà com a tal. I això malgrat que, en tractar-se d'un dret personal, no es podria en puritat atribuir a la persona jurídica, en principi. S'hauria de, en qualsevol cas, tenir en compte

que, fins i tot havent-hi un acord entre les parts, prevaldria en última instància el dret irrenunciable que, pel seu caràcter moral i per tant personal, correspon en exclusiva a l'autor.

3) Dret a la integritat de l'obra: Aquest dret atribueix únicament a l'autor la potestat de modificar la seva pròpia obra, però les necessitats informatives, de nou, el modulen. És habitual que l'actualitat informativa imposi necessitats de modificació de l'obra, bé per addició d'informació, bé per correcció de l'obra original, bé per reducció o canvi d'ordre dels seus elements. Quan per necessitats específiques intervé una altra persona, perquè així se li ha encarregat, a modificar la peça d'un altre periodista, el més lògic és que s'incorpori el nom del segon autor, i fins i tot que d'alguna manera s'indiqui què és el que aquest afegeix a la peça original. Si es donés el cas que la modificació és tan profunda que estem parlant d'una obra completament diferent, encara que basada en una altra de preexistent, caldria examinar si s'ha pogut exercir el dret de modificació de l'obra, un dret patrimonial i que per tant es pot –i se sol– cedir a l'empresa. En cap cas, no obstant això, estaria permesa o emparada per la llei una modificació substancial, no justificada per la peremptorietat del quefer informatiu, d'una obra i molt menys mantenint la signatura del seu autor.

4) Dret de modificació de l'obra: En part ho hem explicat en el punt anterior. Solament l'autor està facultat per a modificar la seva obra, si bé, com és lògic, les rutines d'un mitjà de comunicació fan que sigui necessari practicar canvis en les informacions. Igualment, i encara que pugui resultar confús, tinguem en compte que existeix el dret patrimonial de transformació de l'obra, que pot estar pactat per endavant, tant els supòsits en els quals estaria justificat canviar l'obra preexistent com l'abast de les modificacions. De totes maneres, la gran diferència és que el dret de transformació és un supòsit en el qual es produeix una obra nova, d'autor diferent en general, a partir d'una obra primera, encara que aquesta i el seu autor haurien de ser reconeguts, mentre que el dret moral a la integritat de l'obra es refereix en tot moment a l'obra original, que ha de ser en principi acceptada i publicada tal com el seu autor la presenta. Aquest dret moral, al contrari que els altres, es considera que solament abraça la vida de l'autor, doncs és aquest qui s'ha d'oposar o acceptar la modificació de la seva obra quan afecta la seva integritat.

5) Dret d'accés a l'exemplar únic o rar de l'obra: Es tracta d'un dret que va tenir la seva raó de ser abans de la tecnologia digital, i que té menys sentit pràctic des del moment en què és fàcil, ràpid i barat fer còpies exactes digitals de l'obra original. En el món analògic, no obstant això, es tractava d'un dret que garantia a l'autor que sempre podria recuperar la seva obra quan es trobava en un suport (per exemple, fotogràfic) propietat d'una altra persona natural o jurídica. Segons aquest dret, quan l'autor no disposi de cap altra còpia fidedigna de la seva pròpia obra, i assumint els costos que d'això es derivin, pot sol·licitar accedir i obtenir una còpia. Es discuteix si aquest dret s'estén als

hereus de l'autor, encara que nosaltres entenem que sí, ja que d'exercir-lo pot dependre la possibilitat de poder obtenir benefici de l'explotació econòmica d'aquesta obra.

1.2. Drets patrimonials

La segona categoria de drets, i els més importants des del punt de vista del mercat, són els **patrimonials o d'explotació econòmica de l'obra**.

Al contrari que els drets morals, no es tracta de drets irrenunciables ni intransferibles o inalienables, de fet, per la seva pròpia essència es tracta que puguin ser cedits dels autors a, per exemple, les empreses perquè puguin ser posats en el mercat i obtenir-ne una rendibilitat econòmica.

Per tant, són drets que, si bé romanen en l'esfera personal de l'autor fins que són transferits, es basen en ser susceptibles de ser cedits, a canvi, en general, de contraprestacions econòmiques.

El primer dels drets d'explotació, i l'únic que existia mentre va ser la impremta l'únic o el principal mitjà de difusió d'obres intel·lectuals, va ser el dret de còpia², avui més comunament denominat **dret de reproducció**.

⁽²⁾El *copyright*; així es denomina, precisament, al dret d'autor en la tradició jurídica de *Common Law*.

A mesura que han anat apareixent altres mitjans de comunicació, com l'audiovisual o internet, han anat configurant-se altres drets, com el de **comunicació pública**. Al costat d'aquests drets, que correspondrien originàriament als autors, als qui creen l'obra intel·lectual, n'existeixen uns altres, els **drets connexos**, que s'atribueixen a altres agents intel·lectuals que no són pròpiament els autors, sinó els intèrprets o executants.

Abans de definir i examinar cadascun dels principals drets d'explotació econòmica de l'obra, és necessari explicar que aquests drets són **independents entre si** i, per tant, es poden acumular.

Una altra nota característica és que **no són eterns**, característica que els fa diferents dels drets de propietat real sobre les coses. Els drets d'exploració econòmica de les obres estan, per definició, limitats en el temps, i per tant, qualsevol acord sobre aquests drets econòmics ha de fixar necessàriament la seva durada temporal. En qualsevol cas, aquests drets s'extingeixen per a salvaguardar no solament l'interès dels autors, els seus cessionaris i els seus hereus, sinó també el lliure accés a la cultura. Transcorregut un determinat lapse de temps, els drets d'exploració econòmica sobre les obres intel·lectuals passen al **domini públic**. Normalment, i per als drets dels autors –els connexos tenen altres terminis, com veurem– es considera que es reserva als autors i als seus hereus el dret a negociar els aspectes relacionats amb l'exploració econòmica de l'obra durant tota la vida de l'autor, o fins a la mort de l'últim dels coautors quan es tracta de diverses persones que han creat una sola obra, i setanta anys, a comptar a partir de l'1 de gener de l'any següent al de la defunció. Per tant, els hereus tenen, en principi, setanta anys per a obtenir rèdits sobre l'obra del seu familiar.

Aquest termini temporal de protecció, que és general per a qualsevol tipus d'obra, ha estat discutit en no poques ocasions. No és el mateix una novel·la, per exemple, que una notícia, la caducitat de la qual en el mercat és molt més gran. Es tracta, per dir-ho així, d'un producte més perible.

Encara que fins i tot això es discuteix: una notícia es pot incorporar a l'entorn digital a una altra mitjançant enllaços, o ser susceptible de ser recuperada en sotmetre's a la disposició dels usuaris mitjançant una base de dades accessible a través d'una interfície –una hemeroteca digital, en definitiva–, per la qual cosa tal vegada el seu període d'exploració no sigui tan efímer com abans (Ortega, 2006). De fet, les empreses fins i tot acostumen a estendre *de facto*, ja que no *de iure*, aquest terme, perquè moltes hemeroteques digitals ofereixen obres d'autors morts fa més de setanta i de vuitanta anys, que per tant cauen en el domini públic. L'excusa jurídica perfecta per a poder obrar així és al·legar que aquestes obres individuals formen en realitat part d'una obra col·lectiva –més endavant explicarem aquest concepte i la importància que té per al tema que ens ocupa–, la titularitat del qual sí que pertany a la persona jurídica, verbigràcia, l'empresa sota la iniciativa de la qual i coordinació es va crear, que mentre es mantingui operativa pot per tant explotar-la.

Els principals **drets d'exploració econòmica de l'obra** són els següents:

1) **Dret de reproducció**: Juntament amb el següent, el de distribució (d'exemplars físics o còpies de l'obra), és el primer dret d'autor, almenys des d'un punt de vista cronològic. És el moment d'explicar una altra qüestió que és primordial per a entendre com funciona el dret d'autor:

La protecció jurídica dispensada a la propietat intel·lectual no protegeix idees, sinó la plasmació d'aquestes idees en un suport determinat.

No es protegeix la substància d'una notícia, una exclusiva, sinó la forma en què aquesta notícia s'ha plasmat de forma impresa en un suport audiovisual o multimèdia o a través d'internet. Per tant, és necessari que les idees prenguin cos i s'incorporin a un suport. El primer d'aquests suports va ser el paper imprès. És a dir, la difusió de l'obra intel·lectual depenia de la producció de

Excepcions

Hi ha algunes excepcions: les obres produïdes durant el termini de vigència de l'anterior Llei de propietat intel·lectual espanyola de 1987 (l'actual data, en la seva primera redacció de 1996) es regeixen pel termini de protecció estipulat llavors, que era de tota la vida de l'autor i vuitanta anys després de la seva mort. L'actual termini està bastant harmonitzat i és l'habitual en la majoria de les legislacions sobre propietat intel·lectual dels diferents països del món, seguint les recomanacions de l'OMPI.

Lectura recomanada

J. F. Ortega Díaz (2006). *Los enlaces en internet: propiedad intelectual e industrial y responsabilidad de los prestadores*. Pamplona: Aranzadi.

còpies o exemplars físics, bé impresos, bé fins i tot manuscrits, i amb el temps, en un altre tipus de suports audiovisuals: discos, pel·lícules, cintes o un altre tipus de suports materials.

És la lògica del mercat cultural fins a, almenys, la invenció del cinema, la ràdio i la televisió. Així, es va establir, des de la primera llei de propietat intel·lectual, el denominat *Statute of Anne* britànic de 1710, atribuir als autors, i que aquests poguessin cedir a les empreses, el dret a produir còpies de les seves obres per a accedir al mercat. Més endavant, quan la tècnica va permetre fer **còpies de còpies** –més encara quan el llenguatge digital va permetre obtenir còpies exactes– es van inventar mecanismes per a gravar aquestes successives còpies sempre que fossin per a ús personal, i compensar així les pèrdues que aquesta pràctica poguessin suposar per a autors i cessionaris de drets patrimonials. Aquests mecanismes de compensació per còpia privada, no exempts de polèmica quan s'han intentat implementar mitjançant el cànon a suports grabables, com a CD i DVD, no se solen aplicar a les notícies, precisament per la seva caducitat.

2) Dret de distribució: Es tracta, com ja hem dit, d'un dret estretament lligat a l'anterior. Perquè les còpies d'obra intel·lectual arribin al destinatari final fa falta distribuir-les físicament. Diaris, revistes, llibres impresos, CD o DVD han d'arribar a l'usuari final de forma física al punt de venda per a la seva compra o fins i tot, en alguns supòsits –encara que és una pràctica en franc desús–, per al lloguer. Per això les lleis de propietat intel·lectual preveuen l'existència d'aquest dret, que ha de ser contemplat normalment en els contractes d'edició. La tecnologia digital ha fet que es tracti d'un dret que s'aplica cada vegada menys: si no hi ha còpies o exemplars físics de l'obra, no fa falta distribuir aquestes còpies, sinó posar a la disposició dels usuaris l'obra perquè hi puguin accedir. No cal ni dir-ho, això ha suposat una fallida en la cadena de producció i distribució lligada a les obres culturals: ja no és indispensable distribuir notícies –o paquets de notícies, és a dir, publicacions periòdiques–, obres literàries o científiques, obres audiovisuals (pel·lícules, sèries, música), amb la qual cosa hi ha una sèrie de llocs de treball que es van perdent: els impressors, els distribuïdors i els venedors punt a punt d'obra intel·lectual: cada vegada hi ha menys quioscs, botigues de música o llibreries, perquè aquest negoci s'està desplaçant del món físic al virtual. No obstant això, aquest dret es manté fins i tot a internet, perquè una vegada que s'accedeix a l'obra, encara que sigui temporalment, ha de ser reproduïda en el disc dur (o a la memòria caché) del dispositiu de l'usuari. Normalment, es considera permesa la reproducció de l'obra legalment adquirida en cinc suports.

3) Dret de comunicació pública: Es tracta del dret propi de l'audiovisual. El TRLPI el defineix com:

«Tot acte pel qual una pluralitat de persones pot tenir accés a l'obra sense prèvia distribució d'exemplars de cadascuna d'elles».

Així és com funcionen el cinema, la ràdio o la televisió: un conjunt de persones accedeix a l'obra sense que intervingui un suport físic, aquestes obres s'emeten i hi ha un públic que les rep. En el món digital existeixen diversos actes assimilables a la comunicació pública: el cada vegada més popular *streaming*, per exemple, així com el *webcasting* i el *simulcasting*. Un *podcast*, format molt popular en els cibermitjans actuals, estaria dins d'aquesta categoria.

4) Dret de posada a disposició: L'arribada d'internet ha provocat que s'hagi d'inventar un nou dret, ja que hi ha una sèrie de pràctiques que no entren dins ni de la reproducció i distribució física d'exemplars ni dins de la comunicació pública de l'obra o, en anglès, *broadcasting*. És el que ocorre a internet: l'usuari pot accedir a una pàgina o lloc web i consumir així obra intel·lectual. A aquesta pràctica i al dret que s'hi ha assimilat se'ls ha denominat **posada a la disposició de l'obra**. No hi ha reproducció ni distribució perquè solament hi ha un exemplar, digital, de l'obra, que és al que accedeixen els internautes, encara que hi pugui haver una sèrie de còpies distribuïdes en diversos ordinadors o «miralls» còpies de seguretat i còpies temporals per a facilitar l'accés. Tampoc es tracta pròpiament d'un acte d'exhibició pública, projecció o emissió de l'obra. Aquest dret es va implementar als països de la Unió Europea a partir de la Directiva 2001/29/CE, i a Espanya es va decidir, probablement per comoditat, incloure'l juntament amb el de comunicació pública, si bé es tracta, com insistim, de dos drets diferents.

5) Dret de transformació: Es tracta d'un dret important, i que està relacionat, però no cal confondre, amb el dret moral de modificació de l'obra. L'autor pot cedir aquest dret patrimonial perquè, a partir de la seva obra original, que solament ell o ella tenen dret a modificar, es puguin obtenir el que es denominen obres derivades. N'hi ha de molts tipus: adaptacions, resums o traduccions, per exemple. Aquest dret adquireix una importància excepcional en el món digital, on modificar digitalment l'obra original és relativament fàcil i barat.

Un exemple típic és la traducció. Una empresa, un mitjà de comunicació posem per cas, pot considerar interessant que l'obra dels seus professionals contractats pugui ser traduïda i publicada en altres mitjans. Per a això, ha d'haver obtingut la cessió d'aquest dret, del qual s'ha d'especificar el seu abast –no és, per tant, convenient fer una cessió general de qualsevol transformació possible, sinó que a l'autor li interessa més detallar quines transformacions permet i en quins termes, i quines no–, i el mateix ocorrera amb l'adaptació de l'obra: escurçar-la, fusionar-la amb altres, pràctiques totes elles habituals en les rutines quotidianes del quefer periodístic.

Un cas interessant és el de la **transformació o modificació per part dels usuaris**, cada vegada més comú en l'entorn digital, la qual cosa es coneix com obres derivades per part dels usuaris (*user-generated contents*, o almenys una part, és a dir, tots els que no són de creació exclusiva per part del públic, sinó obtinguts a partir d'una obra original). Un altre cas interessant, i que s'ha estudiat relativament poc, és el de la **digitalització d'obra prèvia analògica**; per exemple, per a obtenir hemeroteques digitalitzades a partir del paper o dels arxius audiovisuals, fins i tot d'obres d'autors ja morts o que ja no estan vinculats contractualment a l'empresa cessionària, la qual cosa crearia teòricament uns certs problemes de legitimitat d'aquestes pràctiques, màximament quan

aquestes hemeroteques digitals es poden estructurar amb ànim de lucre. En principi, aquesta transformació de l'obra ha d'estar permesa expressament per l'autor, igual que quan un escriptor a qui una editorial publica les seves obres en paper ha de renegociar el seu contracte per a permetre l'edició d'aquesta mateixa obra en format digital, o quan un músic que ha signat un contracte d'enregistrament, edició i distribució d'exemplars ha d'autoritzar que la seva obra es distribueixi ara, digitalitzada, mitjançant plataformes de *streaming*, la qual cosa en principi no seria una comunicació pública de l'obra sinó una posada a la disposició de la mateixa. Per tant, tenir clar l'abast i importància d'aquest dret patrimonial, i del dret moral relacionat, obre interessants perspectives negociadores als autors.

Al seu torn, aquest dret inclouria el **dret de modificació i eliminació** (*remove*).

Normalment, les empreses, els mitjans de comunicació, jurídicament parlant, els cessionaris del dret, s'intenten reservar aquest dret de forma tan extensa com poden, per a començar, perquè els permet funcionar amb normalitat en el dia a dia –el que estaria cobert mitjançant pràctiques consuetudinàries acceptades sempre que no afectin l'essència de l'obra, si es practiquen canvis menors i no substancials, com retallar l'extensió del text o canviar-ne els elements de manera que el sentit canviï–, però també perquè, com hem explicat, els permet negociar amb tercers, limitar els drets dels usuaris o estendre el terme d'explotació sobre l'obra mitjançant la digitalització de la mateixa.

6) Dret de col·lecció: Encara que sembli un dret una mica secundari, que solament indirectament es recull en altres legislacions diferents de l'espanyola, en les quals es parla més aviat de miscel·lànies o antologies, el dret de col·lecció pot tenir una certa importància per als periodistes espanyols, ja que històricament es tracta d'un dret que ja al segle XIX es va legislar especialment per a ells. Però també per a altres autors: per exemple, els lligats a la publicitat, perquè en un moment donat poden fer portafolis de les seves obres. Com que era difícil llavors per a un periodista guanyar-se la vida mitjançant col·laboracions en els diaris, es va entendre que, si no els cedia expressament, l'autor retenia el dret a republicar aquestes peces informatives o d'opinió en forma de col·lecció o antologia, sempre que no entri en competència amb l'activitat de l'empresa, en aquest cas periodística, que el contracta.

Es tracta d'un dret de l'era de l'imprès que ha cobrat nova vida al món digital, ja que un fotògraf, un periodista, un columnista o un científic es podria acollir a aquest dret per a publicar una col·lecció de les seves obres en una pàgina web personal, per exemple. Sempre, és clar, que no hagi cedit contractualment aquest dret a una empresa. És obvi que els mitjans de comunicació intenten cobrir aquesta possibilitat i estipulen en els contractes que ofereixen als seus treballadors que es reserven el dret a publicar les peces informatives quotidianes com a col·lecció posteriorment. Cosa que, per cert, ja fan, ja que com que un mitjà digital no és altra cosa, des del punt de vista tècnic, que un gestor d'una immensa base de dades composta per aquestes peces, imatges, gràfics i altres arxius, és possible i habitual recuperar o compondre col·leccions per

tema, data o autor, sense anar més lluny, de les obres que el lector desitgi. Una hemeroteca digital, gestionada per una interfície gràfica, no dona com a resultat una altra cosa que col·leccions d'obres preexistents.

7) Dret de simple remuneració: Es tracta de dos drets, un d'ells d'escassa o nul·la aplicació en el cas de l'obra periodística, el **dret de participació**, que s'aplica a les obres plàstiques (i, en un moment donat, tal vegada a les publicitàries), i un altre, aquest sí en principi més relacionat amb un altre tipus d'obres, com el de compensació equitativa per còpia privada, bé físiques (per exemple, fotocòpies de parts de llibres), bé digitals. En el cas de les fotocòpies, s'ha considerat per via de la jurisprudència que a Espanya no es pot reclamar per al cas de les obres publicades en diaris i revistes, perquè les fotocòpies que es poden fer de determinats articles, notícies o reportatges és residual i d'una importància econòmica escassa, si es té en compte el principi de lucre cessant i dany emergent, és a dir, que la quantia del dany és equivalent al que es deixa d'obtenir quan, com en aquest cas, fer fotocòpies impedeix comprar el diari o la revista original. En tot cas, sí que és aplicable en el cas dels resums de premsa, per als quals, una vegada que es va reformar en el seu moment l'article 32 del TRLPI 1/1996, és preceptiu obtenir-ne la corresponent llicència, que a Espanya gestiona l'entitat de gestió CEDRO.

1.3. Cessió de drets

Els drets d'explotació econòmica de l'obra, que pertanyen de forma originària a l'autor o autors pel mer fet de crear-los, s'acostumen a cedir a terceres persones –normalment, jurídiques: empreses– per a la seva explotació en el mercat. Res impedeix, naturalment, que els autors decideixin explotar les obres pel seu compte sense precisar cap intermediari, però això no sol passar en el cas de l'obra periodística, que es dona a conèixer al públic a través de mitjans de comunicació.

Hi ha diversos models de cessió de l'obra, però la més habitual en el cas dels mitjans de comunicació és la **cessió exclusiva**. D'aquesta manera, no més aquestes empreses poden explotar els drets d'explotació econòmica cedits. Mitjançant els avisos legals, les empreses consideren fins i tot que les obres enviades pels usuaris es consideren, en ocasions, cedides en aquest règim. En altres casos accepten que no es tracta d'una cessió en règim d'exclusivitat, i que poden remetre la mateixa obra també a altres mitjans. Els que no se cedeixin expressament mitjançant contracte es considera, per llei, que romanen a l'esfera de l'autor. Per tant, la presumpció legal actua sempre a favor de l'autor. Si bé, quan hi intervé un contracte laboral, es considera que tot el que el treballador produeixi durant el seu horari laboral i s'ajusti als propòsits de l'empresa i dels termes de l'acord –i dels convenis col·lectius o sectorials– se cedeix a l'empresa. Aquests acords de cessió exclusiva permeten a les empreses gestionar amb més flexibilitat les obres en el mercat, fins al punt que estan molt estesos els acords que faculden l'empresa a negociar possibles acords amb terceres parts, per a això han de disposar de la majoria dels drets econòmics

dels seus treballadors. Naturalment, la llei estipula, i els propis interessos professionals dels treballadors fan recomanable, que s'estableixi contractualment una compensació equitativa per aquestes explotacions subsegüents de l'obra, tant per resums de premsa, com en altres supòsits, ben polèmics, com els que tractarem després quan parlem de la Directiva Europea sobre *copyright* en el mercat únic digital, del 2019. En aquest text legal els editors de grans mitjans de comunicació, sobretot els editors de diaris, i les agències de premsa van aconseguir que les institucions europees incloguessin un dret exclusiu per a ells (el que s'ha denominat *press publishers' right*), si bé es va aconseguir que en el redactat final s'inclogués un altre article, a tenir en compte en conjunció amb l'anterior, que garanteix als autors en tot moment una compensació equitativa. Tret que, i això és molt important remarcar-ho, els **autors el cedeixin mitjançant pacte en contrari**. Òbviament, va en contra dels autors, dels periodistes, fotògrafs i altres treballadors dels mitjans acceptar aquest pacte en contrari. I és responsabilitat d'aquests col·lectius professionals negociar una compensació realment equitativa, atès que la llei rarament estableix l'import final d'aquesta compensació, que queda a l'atzar de la negociació entre les parts: els treballadors i les empreses en definitiva.

Així mateix, encara que en aquest cas les empreses han obtingut més benefici que els autors, és important determinar que la cessió de l'obra d'un treballador a una empresa no implica automàticament, tret que així es disposi i amb les compensacions que es negociïn, de l'explotació d'aquesta obra en altres mitjans del mateix grup empresarial.

El cas típic és l'explotació de l'obra d'un periodista o fotògraf en un diari imprès i en el seu equivalent digital, si es tracta, com normalment és el cas, de dues raons socials diferents.

Normalment, i en nom d'una flexibilitat més gran en les possibilitats d'explotació de l'obra en suports diferents, les empreses s'ocupen d'obtenir la cessió d'aquests drets de forma extensa. Això beneficia l'autor, sempre que s'obtingui una compensació equitativa per aquesta explotació diversa de l'obra.

En alguns casos, per exemple en els articles d'opinió de prestigioses firmes, els mitjans fan constar una reserva de drets que n'impedeix la reproducció per altres mitjans, tot i que s'esmenti, com és preceptiu (article 33.1 del TRLPI), autor i font, ja que:

«Els treballs i articles sobre temes d'actualitat difosos per mitjans de comunicació social poden ser reproduïts, distribuïts i comunicats públicament per altres de la seva mateixa classe».

Ara bé, això de cap manera permet que existeixin mitjans de comunicació que únicament o majoritàriament **reprodueixen obra aliena sense aportació pròpia**, que seria el cas dels **resums de premsa**.

Explicarem ara els mecanismes principals mitjançant els quals es produeix aquesta cessió.

1.3.1. Contractes

L'instrument més comú és que hi hagi un contracte, de naturalesa laboral o civil, mitjançant el qual un o diversos autors individuals cedeixen determinats drets d'explotació econòmica de les seves obres per a les finalitats previstes per l'empresa o el contracte a determinades persones jurídiques.

És important establir amb claredat els termes del contracte, perquè en cas contrari opera el mecanisme *ope legis*, és a dir, l'atribució de determinades competències per part de la llei³ i determinades presumpcions *iuris tantum*. És a dir, si les parts no estableixen una altra cosa, preval el que diu la llei.

⁽³⁾Vegeu, per exemple, l'article 88 del TRLPI.

La relació contractual entre els autors i les empreses pot ser de diversos tipus, fonamentalment:

1) Un contracte laboral que vincula **l'autor o autora amb una empresa**. Els treballadors o assalariats⁴ produiran obra intel·lectual segons l'establert en el contracte, i s'entendrà que la cessió automàtica i exclusiva dels drets d'explotació del que es produeixi en horari laboral i per a les finalitats pròpies de l'empresa i les que estipuli el contracte, es fa a l'empresa contractant. Això inclouria també la possibilitat d'una cessió ulterior a tercers i l'obligatorietat que sigui l'empresa contractant qui assumeixi la responsabilitat i els costos de defensar qualsevol vulneració dels drets de propietat intel·lectual dels seus autors. Els autors, per tant, haurien d'estar atents a quin tipus de cessió fan de drets, com els de transformació de l'obra, que poden donar lloc a noves obres que al seu torn poden ser explotades en el mercat, i els drets de negociació amb terceres parts, perquè en tots dos casos s'hauria de reclamar algun tipus de remuneració compensatòria als autors per aquestes explotacions secundàries. També per altres casos com els que hem examinat, com el dret d'explotació que la Directiva Europea del 2019 atribueix als editors de premsa i a les agències de notícies.

⁽⁴⁾La transmissió de drets s'estableix a l'article 51 del TRLPI.

2) Un contracte de naturalesa **civil o mercantil**, pel qual els autors, en principi, cedeixen els drets d'explotació sobre una obra o conjunt d'obres. En aquest cas operen un altre tipus de presumpcions legals, i particulars per al cas de publicacions en diaris, ja que les empreses tindrien dret a publicar l'obra solament durant el primer mes des de la seva remissió si es tracta d'un diari, i de sis mesos en un altre tipus de publicacions periòdiques no diàries.

Recordem que, en qualsevol cas i si no s'estableix una altra cosa, l'article 43 del TRLPI indica que:

«La falta de menció del temps limita la transmissió a cinc anys i la de l'àmbit territorial, al país en el qual es realitzi la cessió. Si no s'expressen específicament i de manera concreta les modalitats d'explotació de l'obra, la cessió quedarà limitada a aquella que es dedueixi necessàriament del propi contracte i sigui indispensable per a complir la finalitat del mateix».

1.3.2. Convenis nacionals, sectorials i col·lectius

És habitual que les empreses, grups empresarials o fins i tot sectors productius negociïn i aprovin convenis col·lectius, nacionals o sectorials. En aquests textos també es poden recollir aspectes relacionats amb la propietat intel·lectual i els drets d'autor. Normalment, aquests convenis preveuen la possibilitat que els contractes individuals recullin disposicions diferents, en aquest cas normalment es prefereix atènyer-se al que hagin acordat les parts, sigui millor o pitjor per al treballador o l'autor.

1.3.3. Avisos legals

Les empreses, sobretot les que operen mitjançant un lloc web a internet, estableixen, de vegades de forma molt detallada, les condicions al fet que sotmeten l'ús del material que publiquen mitjançant els **avisos legals**. Aquest avís legal ha de ser considerat, entenem, un acord, llicència d'ús o fins i tot un contracte entre l'empresa i els usuaris. Recordem que en alguns casos els usuaris més actius són considerats autors, per la qual cosa és molt habitual que els termes de la cessió, normalment no exclusiva, es recullin en aquests avisos legals.

1.3.4. Llicències: *Creative Commons* i *Color Iuris*

Les llicències, sobretot les «tipus», com les molt conegudes i esteses *Creative Commons* i altres similars com les *Color Iuris*, serveixen també per a establir en quins termes es produeix la cessió de l'obra per part de l'autor. Aquestes llicències no substitueixen la llei, sinó que són, per dir-ho així, documents estandaritzats, que faciliten a l'autor la decisió última sobre la cessió dels drets d'explotació econòmica de les seves obres. Recordem que, en el dret continental, l'autor sempre reté els drets morals sobre la seva obra perquè són irrenunciables i inalienables. Per tant, disposicions sobre el necessari esment d'autoria de l'obra de les llicències *Creative Commons* no deixen de ser redundants en el nostre sistema jurídic, encara que mai està de més recordar-les.

Mitjançant aquestes llicències, els autors detallen a què estan obligats els que pretenguin fer ús d'aquestes obres.

- Per exemple, han de citar la seva procedència i autor, **reconèixer l'autoria** de les mateixes.
- També s'estableix si poden fer un **ús comercial** o no de l'obra, i si és així, en quins termes. El lògic és que s'estableixi que se sol·liciti un permís previ a l'autor per a fer ús comercial de la seva obra, i negociar una compensació.

- Un altre dret d'explotació important que cobreixen aquestes llicències és el de transformació, de manera que es permeti o no l'**obra derivada**, i amb quines condicions.

1.4. Altres drets

Juntament amb els drets morals i d'explotació econòmica de l'obra que hem examinat, n'existeixen d'altres destinats, fonamentalment, a **protegir els interessos d'altres persones**, naturals o jurídiques, que intervenen en la creació i difusió d'obra intel·lectual. En realitat, i de forma indirecta, es reconeix que hi ha creadors –per exemple, els intèrprets– que malgrat no entrar en la categoria d'autors sí que contribueixen decisivament al coneixement i a l'art. També es reconeix que els productors i les empreses són agents indispensables en la creació i difusió d'obra intel·lectual, per exemple, audiovisual.

1.4.1. Drets d'artistes i executants

Així, els artistes i executants tenen reconeguts drets de propietat intel·lectual, encara que no són autors de l'obra.

El cas típic: un cantant o músic que interpreta obra d'un altre autor, d'un compositor.

La legislació espanyola els reconeix tres drets morals i quatre patrimonials en el TRLPI, si bé amb un abast temporal més limitat que en el cas dels autors.

1) Respecte als **drets morals** se'ls reconeix el dret de paternitat i integritat sobre l'obra interpretada.

Pensem, per exemple, en una peça musical. Els intèrprets tenen dret a ser reconeguts com a tals i al fet que no se'n mutili la interpretació, la qual cosa mitjançant la tecnologia digital resulta encara més fàcil que abans.

S'afegeix el dret moral a autoritzar el doblatge, pensat per als actors i actrius.

2) Quant als **drets patrimonials**, destaquen els de fixació o enregistrament de les interpretacions, el de reproducció, el de comunicació pública –que inclou el de posada a disposició a internet–, que excepte pacte en contrari es consideren cedits al productor de l'obra, i el de distribució. Els drets d'autors i intèrprets executants són acumulables, no excloents.

El cas típic és el del cantant o el músic que interpreta les seves pròpies obres.

L'abast temporal d'aquests drets és de tota la vida de l'intèrpret i cinquanta anys comptats a partir de l'1 de gener de l'any següent a la seva defunció.

Aquest grup de drets té una incidència limitada quant a l'obra periodística, encara que alguns supòsits podrien entrar en aquesta categoria.

Per exemple, els presentadors de mitjans audiovisuals, ja que llegeixen i interpreten, representen, per dir-ho així, obres que altres han redactat, confeccionat o editat. Es dona el cas, freqüent d'altra banda, que el presentador és també editor.

1.4.2. Drets *sui generis*: bases de dades

Es tracta d'un dret que no protegeix exactament el contingut de les obres que gestionen i contenen les bases de dades, cobertes pels drets examinats anteriorment, sinó l'**estructura de les bases de dades**. És un dret recollit a l'article 12 TRLPI. Aquest dret busca protegir el fabricant, l'empresa o persona jurídica que encarrega la confecció d'aquesta base de dades, per tant, valora i recompensa el disseny conceptual d'aquest producte, més que la seva execució tècnica pròpiament dita, que quedaria més aviat coberta mitjançant la protecció de la propietat industrial. En el cas del periodisme digital, es tracta d'un dret de clara aplicació, perquè com hem dit un cibermitjà és bàsicament una gran i complexa base de dades, que emmagatzema, ordena i permet recuperar mitjançant un **sistema gestor de continguts** (un *content management system*), que és el motor que proporciona tant als professionals l'eina per a abocar els seus continguts i per a recuperar-los a l'hora de confeccionar les seves informacions, com als usuaris dur a terme cerques, per exemple.

Es tracta d'un dret molt més limitat en el temps, solament quinze anys, que el que fa, sobretot, és proporcionar a la persona jurídica que encarrega (i, se suposa, dissenya conceptualment) la base de dades la facultat de permetre o prohibir l'extracció i explotació dels continguts que aquesta eina tècnica gestiona.

1.5. Dret de compensació per còpia privada i per agregació: el cànon AEDE

Una de les últimes reformes del TRLPI espanyol, que va entrar en vigor l'1 de gener del 2015, va tenir com a objecte precisament l'**obra periodística**. Una vegada més, el *lobby* d'editors de premsa, i en concret la llavors denominada Associació d'Editors de Diaris d'Espanya (AEDE) –en realitat, de grans diaris, perquè n'hi ha una altra, l'Associació Espanyola d'Editorials de Publicacions Periòdiques (AEEPP), que engloba publicacions mitjanes i petites (NERA, 2005)–, va fer valer la seva influència per a modificar a favor seu l'article 32.2 del TRLPI, com ja va fer en el 2006 (Bercovitz, 2006) per a introduir una altra reforma i obtenir compensació per activitats de resums de premsa (Xalabarder, 2015). Entre 2014-2015, el seu objectiu van ser els agregadors de premsa, i en concret el més gran d'ells: **Google News**. Solament van aconseguir que, just abans de l'entrada en vigor de la reforma, Google decidís, al desembre del 2014, suspendre el servei per a Espanya. A data d'avui, no s'ha reprès.

La reforma espanyola tenia un precedent, la que va practicar en la legislació sobre propietat intel·lectual a Alemanya l'any anterior, i s'inscriu en el marc general d'intentar detenir l'hemorràgia econòmica que en el tradicional model dels mitjans impresos, basats en els ingressos per publicitat i en els anuncis classificats, ha produït internet. A Alemanya, es va introduir un dret per als editors de premsa a rebre una compensació per part dels agregadors de premsa per reproducció dels articles d'aquests mitjans –en realitat, dels seus periodistes, perquè mai es reproduïa l'obra col·lectiva en el seu conjunt, sinó una

Lectures recomanades

NERA Economic Consulting (2015). *Informe económico sobre el impacto del nuevo artículo 32.2, de la reforma de la Ley de Propiedad Intelectual*. Madrid: AEEPP.

R. Bercovitz Rodríguez-Cano i altres (2006). *Las reformas de la Ley de propiedad intelectual*. València: Tirant lo Blanch.

R. Xalabarder (2015). «La reforma del artículo 32 del TRLPI: una reforma explosiva, injustificada y doblemente inútil». *IDP. Revista de Internet. Derecho y Política* (núm. 20, pàg. 121-139).

petita part, o *snippet* de cada notícia, per a després donar un enllaç que dirigia directament a la font original—, si bé s'establia que els editors podien renunciar a aquest dret, ja que:

«No s'ha de confondre amb una forma de protecció legislativa de vells i obsolets models de negocis».

La majoria, excepte Axel Springer, ho va fer, i fins i tot finalment aquest gran grup mediàtic va cedir.

En vista d'aquest precedent, i per a sorpresa de bona part del món jurídic, la posterior reforma espanyola va introduir la irrenunciabilitat d'aquest dret en el fons d'explotació secundària de l'obra. Recordem que abans d'aquesta reforma la condició d'irrenunciable es reservava solament als drets morals, no als patrimonials, com en aquest cas.

El paràgraf que es va afegir a l'article 32.2, que regula el dret de cita com a excepció, va quedar com segueix:

«La posada a disposició del públic per part de prestadors de serveis electrònics d'agregació de continguts de fragments no significatius de continguts, divulgats en publicacions periòdiques o en llocs web d'actualització periòdica i que tinguin una finalitat informativa, de creació d'opinió pública o d'entreteniment, no requerirà autorització, sense perjudici del dret de l'editor o, si escau, d'altres titulars de drets a percebre una compensació equitativa. Aquest dret serà irrenunciable i es farà efectiu a través de les entitats de gestió de drets de propietat intel·lectual. En qualsevol cas, la posada a disposició del públic per tercers de qualsevol imatge, obra fotogràfica o mera fotografia divulgada en publicacions periòdiques o en llocs web d'actualització periòdica estarà subjecta a autorització».

Aquesta reforma, que pretenia fer pagar a Google News, ni tan sols a Google en el seu conjunt com a cercador perquè quedava exempta de la reforma l'activitat que es realitzi estrictament circumscrita a l'imprescindible per a oferir resultats de cerca, va quedar pràcticament en foc d'encenalls. En no poder fer pagar al gran agregador que és Google News, el gravamen ha anat recaient sobre d'altres més petits, i a més s'ha establert que sigui CEDRO, entitat de gestió, qui se n'encarregui del cobrament. Però va sentar el precedent per a la introducció del *press publishers' right* que comentarem més endavant, i que finalment s'ha aprovat en l'esmentada Directiva europea del 2019, no sense una enorme polèmica.

1.6. Els usuaris disposen de drets d'autor?

Una qüestió que no volem deixar passar per alt, perquè creiem que resultarà d'especial incidència també a partir de la implementació de la Directiva, és si els usuaris disposen o han de disposar de drets com a autors o coautors de determinades obres, sobretot les denominades obres derivades, fruit de la modificació d'obra preexistent. El primer país a regular un dret propi dels usuaris, amb limitacions, va ser Canadà en el 2012. La Unió Europea va declinar durant una dècada entrar a considerar si més no la necessitat de regular un

dret semblant, ja que en el 2009 la Comissió Europea va assegurar que després de realitzar algunes consultes entre els titulars de drets considerava que era prematur.

«[...] canviar les lleis de drets d'autor per a permetre la producció i difusió de continguts generats per l'usuari».

En el 2019 sí que ha entrat a regular-los parcialment, però solament per a establir que són els proveïdors de serveis d'internet els qui han de vetllar perquè els continguts remesos pels usuaris no vulnerin els legítims drets dels cessionaris de drets d'autor, la qual cosa lluny d'incentivar la producció d'aquest tipus de continguts en posa en qüestió la licitud.

De fet, fins i tot la tímida reforma canadenca de la llei C-11 sobre dret d'autor, que al seu torn es basava en precedents jurisprudencials com els casos *CCH Canadian Ltd. v Law Society of Upper Canada* i *Théberge v Galerie d'Art du Petit Champlain*, va basar la seva argumentació en la importància de les obres derivades per part dels usuaris per a la productivitat i la innovació. Ara bé, aquella reforma legal va preveure que els mitjans de comunicació, per exemple, es poguessin oposar a acceptar que es produïssin obres derivades a partir de les seves pròpies, de manera que solament es va permetre un dret dels usuaris quan no hi hagués explotació comercial de la nova obra, i a més s'establí que l'usuari que volgués dur a terme una obra derivada havia de sol·licitar l'autorització del titular dels drets d'explotació de l'obra original, la qual cosa era fàcil d'impedir per part dels mitjans amb una simple reserva de drets.

Malgrat això, és possible procedir a produir obra nova derivada d'una altra o altres preexistents quan aquestes s'alliberen d'alguna manera, per exemple, mitjançant llicències *Creative Commons* que permetin algun tipus de transformació de l'obra, i tenint sempre en compte l'abast comercial que sobre l'obra derivada puguin establir els titulars de l'obra original.

Igualment, cal recordar que l'obra derivada ha de respectar en tot moment els drets morals de l'obra preexistent, per exemple, el de paternitat.

Aquests moviments han provocat al seu torn d'altres que estan en el fons dels moviments de reforma legal, com el de la Directiva europea del 2019. Les reformes tendeixen a atribuir cada vegada més drets exclusius a les persones jurídiques responsables de la producció d'obres col·lectives, com són els mitjans de comunicació.

2. Tipus d'obres

Abans de continuar endinsant-nos en els moviments de reforma legal actuals, és convenient que entenguem quins tipus d'obra distingeixen les lleis de propietat intel·lectual, i en concret l'espanyola. Ja n'hem avançat alguns, però creiem que és important sistematitzar aquests conceptes.

- Per a començar, és important entendre que les lleis de propietat intel·lectual **no protegeixen idees, sinó l'expressió, la plasmació d'aquestes idees**. No protegeixen una notícia, sinó el text d'aquesta notícia.
- Al seu torn, **l'obra ha de ser original**. Això no vol dir que necessàriament sigui d'una gran qualitat artística o intel·lectual, solament que ha de ser fruit de l'enginy i el treball intel·lectual del seu autor o autors, i per tant, no una mera reproducció o còpia.

Tot tipus d'obres estan protegides, per tant. I, encara que continua en vigor, creiem que la distinció que feia el Conveni de Berna de 1886 i les seves reformes subsegüents entre meres informacions d'actualitat, no protegibles, i articles literaris, aquests sí protegibles, no té sentit avui dia, quan una notícia o un reportatge pot estar tan o més elaborat que un article d'opinió.

Atenent al nombre i la naturalesa dels seus autors, hi ha bàsicament tres tipus d'obres que protegeix el TRLPI.

2.1. Obra individual

És l'obra produïda per un únic autor.

Una notícia, una fotografia, una novel·la o una obra plàstica, per exemple.

Aquestes obres permeten individualitzar cada peça i cada autor, s'estableix una relació unívoca entre tots dos i és senzill destriar quin és l'objecte i l'abast de la protecció a la mateixa.

Ara bé, al costat d'aquest tipus d'obres, bastant comunes i, en realitat, en les quals pensaven les primeres lleis de propietat intel·lectual o literària, n'hi ha moltíssimes d'altres en les quals participa, en diferent grau i de diversa manera, més d'un autor. Que, a més, no sempre té perquè ser una persona natural.

2.2. Obra en col·laboració

L'obra en col·laboració és aquella en la qual participen diversos autors.

Es tractaria d'una obra unitària, no de la resultant de la unió de diverses obres de diferents autors.

És a dir, estaríem parlant, per exemple, d'un reportatge signat per diverses persones, no d'una peça informativa composta per un text i una fotografia, on es pot diferenciar cadascuna de les obres que componen l'obra resultant.

En el cas de l'obra en col·laboració, el grau de participació pot ser molt diferent, i per tant, s'hauria d'establir quina ha estat l'aportació de cada autor i el percentatge per a calcular la meritació de beneficis. Ara bé, quan es tracta d'autors assalariats, cas de molts periodistes, aquesta regla no procediria sinó que s'entén que la participació de tots els autors és la mateixa i queda compensada pel seu sou. En canvi, si diversos autors remetien al mitjà una peça per a la seva publicació, haurien d'establir quin és el percentatge de la seva aportació per a ser compensats en funció del mateix. En qualsevol cas, i per a simplificar-ho, és molt habitual que es consideri que l'aportació ha estat igual per part de tots els autors.

2.3. Obra composta

L'obra composta, o derivada, és aquella en la qual s'obté una nova obra a partir d'una altra o altres preexistents.

Ja hem parlat d'un cas típic: d'un text i una fotografia, obres individualitzables i fins i tot susceptibles de ser explotades per separat en un moment donat, se n'obté una altra resultant de la unió integrada de les mateixes. Un altre cas típic és l'obtenció d'una obra derivada a partir de la transformació d'una altra o altres prèvies, per exemple, mitjançant traducció, adaptació o derivació. Sempre s'ha de reconèixer l'existència d'aquestes obres preexistents. Un altre cas molt típic del periodisme digital és la confecció de seccions o «especials», que resulten de la unió de diverses obres sobre un mateix tema, relacionades entre si. O la inclusió d'informacions prèvies en d'altres més actuals. La casuística és, per tant, molt àmplia. L'obra resultant, composta o derivada, ha de complir igualment amb un cert requisit d'originalitat. No és suficient amb una mera agregació d'obres preexistents, sinó que el resultat ha de donar una obra igualment original. Es distingeix així entre obra composta i independent, segons l'article 9 TRLPI:

«1. Es considerarà obra composta l'obra nova que incorpori una obra preexistent sense la col·laboració de l'autor d'aquesta última, sense perjudici dels drets que a aquest corresponguin i de la seva necessària autorització.

2. L'obra que constitueixi creació autònoma es considerarà independent, encara que es publiqui conjuntament amb altres».

Com ja hem esmentat, els continguts generats pels usuaris solen caure dins d'aquesta categoria. Un exemple són els *fan fictions*, en els quals els afeccionats desenvolupen temes i personatges d'altres obres.

2.4. Obra col·lectiva

Un altre tipus d'obra, molt important en el món del periodisme, fins al punt que sobre aquesta categoria s'assenten les reformes legals més recents, és l'obra col·lectiva. És, segons l'article 8 del TRLPI, la

«[...] creada per la iniciativa i sota la coordinació d'una persona natural o jurídica que l'edita i divulga sota el seu nom».

Estem parlant, sense anar més lluny, d'un diari, d'una revista o d'un lloc web d'un mitjà de comunicació. Una empresa reuneix sota la seva coordinació, impulsa i inversió una sèrie d'obres individuals, col·lectives o compostes diverses, agrupades sota un títol o una capçalera, i l'ofereix al públic de forma unitària –encara que a internet, a més, i és important que insistim en això, les obres individuals es poden també comercialitzar separatament. Per tant, hi hauria dos nivells de protecció jurídica:

- el dispensat a l'obra col·lectiva en el seu conjunt, i
- el dispensat a cadascuna de les obres que componen al seu torn l'obra col·lectiva.

Les reformes legals de l'article 32 TRLPI al qual ens hem referit en els epígrafs anteriors insisteixen en els drets de les persones jurídiques promotores (que no autores) de l'obra col·lectiva i bastant menys en els drets dels autors de les obres individuals, que en realitat són les que reproduïxen tant els resums de premsa (reforma del 2006) com els agregadors de premsa (reforma del 2014-2015). Si bé és cert que es pot argumentar que es reproduïxen aquestes obres individuals o segregades perquè han estat publicades en una obra col·lectiva. Igualment, és important, i així ho va recollir el legislador espanyol en el 2006, i l'europeu en el 2019, que es prevegi una compensació del productor d'obra col·lectiva cap als autors de les obres incloses en aquesta obra col·lectiva i reproduïdes per terceres parts. Compensació que, generalment, és sempre renunciàble mentre que la reforma de l'article 32.2 TRLPI del 2014-2015 afegia el caràcter d'irrenunciàble a la compensació que, per agregació de continguts, havien de percebre els editors de premsa. De fet, l'article 33 TRLPI resultant d'aquesta mateixa reforma estableix un mecanisme compensatori als autors que hauria de ser tingut en compte:

«1. Els treballs i articles sobre temes d'actualitat difosos pels mitjans de comunicació social podran ser reproduïts, distribuïts i comunicats públicament per qualssevol altres de la mateixa classe, citant la font i l'autor si el treball va aparèixer amb signatura i sempre que no s'hagués fet constar en origen la reserva de drets. Tot això sense perjudici del dret de l'autor a percebre la remuneració acordada o, a falta d'acord, la que s'estimi equitativa.

Quan es tracti de col·laboracions literàries serà necessària, en tot cas, l'oportuna autorització de l'autor».

2.5. El cas especial de l'obra audiovisual

Un cas especial d'obra intel·lectual, pròpia a més de la informació d'actualitat també tant en ràdio i televisió com a internet, és l'**obra audiovisual**. A Espanya la defineix l'article 86.1 TRLPI:

«Entenent per tals les creacions expressades mitjançant una sèrie d'imatges associades, amb o sense sonorització incorporada, que estiguin destinades essencialment a ser mostrades a través d'aparells de projecció o per qualsevol altre mitjà de comunicació pública de la imatge i del so, amb independència de la naturalesa dels suports materials d'aquestes obres».

Actualment, les obres audiovisuals poden ser mostrades tant mitjançant comunicació pública com mitjançant la posada a disposició, drets que a Espanya estan recollits en el mateix article, el 20 TRLPI.

Una de les principals particularitats d'aquest tipus d'obra és la seva autoria. L'article 87 TRLPI en distingeix tres: el director-realitzador, els autors de l'argument, l'adaptació si es tractés d'aquest cas i els del guió i els diàlegs, quan n'hi hagués, així com els compositors musicals de peces creades per a l'obra. En una notícia audiovisual ens podem trobar amb els dos primers casos: el director-realitzador, assimilables també als editors d'un informatiu, al seu torn una obra col·lectiva, i als de cada peça informativa concreta, que al seu torn pot ser una obra en col·laboració o composta. I els autors pròpiament dits, per tant, de la peça audiovisual concreta, el periodista que ha redactat, per dir-ho així, el «guió» de la notícia, la seva armadura i el contingut, que generalment a més intervé en la seva presentació, per tant, ens trobaríem davant un intèrpret-executant.

Una altra particularitat de l'obra audiovisual és que es presumeix la cessió de drets d'explotació de l'obra en favor del productor, que en el cas de l'obra informativa seria la cadena o empresa que l'emet o posa a disposició en un lloc web, és a dir, el mitjà de comunicació. O, per dir-ho d'una altra manera, la persona jurídica sota la direcció i supervisió de la qual es produeix l'obra col·lectiva. De nou, aquesta categoria jurídica adquireix especial rellevància en la producció d'obra intel·lectual informativa. Es podria, no obstant això, establir qualsevol altra cosa, estem parlant d'una mera presumpció legal que pot ser revocada –encara que no ho acostuma a ser– mitjançant pacte en contrari. Recordem també que els drets morals quedarien sempre dins de l'esfera personal dels autors individuals. I que, en un moment donat, les contribuci-

ons dels autors a l'obra composta o a la col·lectiva podrien ser explotades separatament, encara que normalment els contractes entre les parts prevenen aquesta possibilitat, almenys per a evitar competència deslleial.

2.6. Particularitats de l'obra publicitària

La protecció de l'obra publicitària presenta algunes particularitats que convé assenyalar (Tato, 2017). La primera, que cal atènyer-se al que diguin dues lleis: el **TRLPI 1/1996**, que hem estat examinant, però també la Llei general de la publicitat (Llei 34/1988, d'11 de novembre de 1988, general de publicitat, a partir d'ara, **LGP**). Aquesta última, mitjançant l'article 23, fa una remissió a la primera (en realitat, a la qual estava vigent llavors, la Llei de propietat intel·lectual de 1987, encara que s'entén que ara cal ajustar-se al que digui la de 1996, i les seves posteriors reformes) en tot el que es refereix a protegir l'obra publicitària mitjançant el sistema de propietat intel·lectual. El que diu explícitament l'article 23 de la LGP és el següent:

«Les creacions publicitàries podran gaudir dels drets de propietat industrial o intel·lectual quan reuneixin els requisits exigits per les disposicions vigents».

Per a començar, perquè l'obra, de qualsevol tipus i també la publicitària, sigui protegible ha de ser **original**. Aquest requisit ja l'hem abordat amb anterioritat, i vol dir que ha de ser la creació pròpia, no una mera còpia, d'una persona o persones. Hi ha poc a afegir sobre aquest tema.

Recordem que el TRLPI reconeix com a autor les persones naturals, encara que amb unes certes particularitats aplicables a les jurídiques quan es tracta d'una obra col·lectiva. Per centrar-nos en l'autoria individual, recordem que, al seu torn, l'obra audiovisual mostra unes característiques especials quant a l'autoria. Moltes obres publicitàries són de naturalesa audiovisual, i per tant, el que el TRLPI estableix respecte a la consideració d'autors de la mateixa ha de ser aplicat també a l'obra publicitària audiovisual. Són considerats autors, per tant, el director de l'obra –per exemple, un anunci audiovisual; hauríem d'incloure en la categoria les creacions multimèdia, entenem–, el del guió original, adaptació i diàlegs, i el de la música original.

Així mateix, l'article 88 del TRLPI atribueix al productor de l'obra determinats drets d'explotació, en concret els de reproducció, distribució i comunicació pública, dins del qual s'ha de considerar subsumit el de posada a disposició a internet, encara que res impedeix que pugui ser negociat separatament. Es considera, per a l'obra publicitària, que el productor de l'obra pot ser tant l'agència de publicitat com l'anunciant que contracta els seus serveis. Normalment, el que es produeixen són dues cessions successives: dels autors a l'agència de publicitat, una cessió ja establerta pel TRLPI (una cessió per emprar un tecnicisme jurídic, *ope legis*), sobretot quan els autors estan contractats laboralment per l'empresa, i d'aquesta als anunciants. Finalment, no cal

Lectura recomanada

A. Tato Plaza (gener, 2017). «La protección de las creaciones publicitarias». *InDret. Revista para el Análisis del Derecho*. <http://www.indret.com/pdf/1284.pdf>.

oblidar que altres persones que intervenen en l'obra audiovisual, en aquest cas publicitària, han de veure reconeguts els seus drets, en aquest cas afins: els intèrprets, per exemple, actors i actrius i músics, o fins i tot els locutors.

S'ha d'entendre, en tot cas, que els autors, si no es pacta cap altra cosa, poden explotar separadament cadascuna de les seves aportacions a l'obra col·lectiva, sempre que aquesta explotació no vagi en contra de la normal de l'obra col·lectiva ni hi entri en competència.

D'altra banda, i és una qüestió que hem tractat també, quan es tracta no d'una obra individual, o en col·laboració, és a dir, creada per persones naturals, sinó d'una obra col·lectiva, creada per iniciativa –i inversió– d'una persona jurídica (article 8 del TRLPI), aquesta persona jurídica té atribuïts una sèrie de drets. Una agència de publicitat és una persona jurídica que molt habitualment posa en marxa obres col·lectives d'aquest tipus, compostes al seu torn per obres individuals. Recordem, de nou, l'article 8 TRLPI, que diu:

«Els drets [s'entén: d'explotació econòmica de l'obra] sobre l'obra col·lectiva correspondran a la persona que l'editi i divulgui sota el seu nom».

Aquests drets d'explotació són, tret que es disposi una altra cosa, els drets de reproducció, distribució, comunicació pública (s'ha d'entendre també de posada a disposició a internet) i de transformació de l'obra. Aquest últim, com hem vist, és un dret important, perquè pot donar lloc a obres noves i a explotació d'aquestes obres, per les quals l'autor estaria legitimat a sol·licitar la corresponent remuneració. Naturalment, els autors individuals sempre retenen els drets morals sobre les seves obres.

Per tant, quan un autor treballi per a una agència publicitària, s'entén que els drets d'explotació sobre les obres que produeixi sota les ordres d'aquella han estat cedits en favor d'aquesta persona jurídica, o bé en favor de l'anunciant que contracta els serveis de l'agència de publicitat. Això és una particularitat molt clara de l'obra publicitària, establerta en aquest cas per la LGP, no pel TRLPI. L'article 21 de la LGP diu que:

«Els drets d'explotació de les creacions publicitàries es presumiran, excepte pacte en contrari, cedits en exclusiva a l'anunciant o agència, en virtut del contracte de creació publicitària i per a les finalitats previstes en el mateix».

Pot ocórrer, per tant, que la cessió es produeixi en dos casos: mitjançant un **contracte puntual**, per a una campanya o mitjançant un **contracte laboral** amb els creadors, en aquest cas s'aplicaria l'article 51 del TRLPI, que de nou insisteix que s'ha de suposar que, excepte pacte en contrari, els drets d'explotació es consideraran cedits en exclusiva al contractant. És el que es denomina una presumpció *iuris tantum*. És a dir, si les parts no disposen una altra cosa, s'aplica per defecte aquest precepte legal.

Recordem, en tot cas, que la cessió exclusiva no vol dir que es tracti d'una cessió per a tot tipus d'usos ni eterna. Per essència, els drets d'explotació econòmica estan limitats en el temps i es consideren, article 48 del TRLPI, que solament es poden utilitzar per a les finalitats previstes, per exemple, per a una determinada campanya publicitària. També ho diu l'article 21 de la LGP. Per això, és convenient que els autors i les agències especifiquin en el contracte els límits d'aquesta campanya. També és important que s'estableixi quina serà la durada temporal d'aquesta campanya. Si no s'hi esmenta res, s'aplicaria l'article 43.2 del TRLPI, que limita a cinc anys l'explotació de l'obra. Una altra qüestió a negociar, en aquest cas com en qualsevol dels altres que examinem en aquest mòdul, fins a quin punt interessa cedir a la persona jurídica contractant la possibilitat de negociar autoritzacions, en aquest cas no exclusives, a tercers. Quan això es faci, els autors haurien d'establir algun tipus de compensació, perquè s'estaria produint una explotació secundària de les seves obres.

3. Qui és l'autor de l'obra comunicativa? A qui protegeix el dret d'autor?

Hem anat avançant algunes nocions sobre qui s'ha de considerar l'autor dels diferents tipus d'obra (Jiménez, 2005). O dit d'una altra manera, a qui protegeix el dret d'autor. Qui paga té drets, però no és l'autor.

Segons la legislació espanyola (article 5 TRLPI), solament es considera autor «la persona natural que crea alguna obra literària, artística o científica», si bé, i això és important, s'afegeix en el punt 2 d'aquest mateix article que «es podran beneficiar (de la protecció que la llei concedeix a l'autor) persones jurídiques en els casos expressament previstos», clarament en el cas de les obres col·lectives i de les obres audiovisuals.

Això, malgrat tot, no eleva a la categoria d'autor les persones jurídiques, ja que solament les naturals poden ser considerades plenament com a tals. I es presumeix que és l'autor qui signa l'obra, per això és tan important fer respectar, diguin el que diguin finalment les empreses o els llibres d'estil, el dret moral de paternitat, així com el d'integritat de l'obra.

3.1. Autor de l'obra individual

Per tant, en el cas de l'obra individual, serà l'autor de la mateixa qui decideixi si signa i com ho fa, si amb el seu propi nom, de forma anònima o mitjançant pseudònim. En aquest punt, i pel que es refereix a l'obra periodística, hi ha algunes particularitats i alguns usos que convé tenir en compte.

La primera és que, com ja hem dit, normalment l'obra individual, en el cas de la informació d'actualitat, s'insereix en una obra col·lectiva més gran, encara que pugui ser en format digital fàcilment segregada i explotada de maneres molt diverses. Per tant, pot i és habitual que en els contractes o llibres d'estil l'empresa estableixi quan i com considera que s'han de **signar les informacions**. En alguns casos, mitjançant el nom del periodista, en d'altres, atribuint la informació a les agències que la distribueixen, i en d'altres, atribuint-la de forma genèrica al mitjà que la publica.

En puritat, correspondria a cada autor decidir com signa les informacions i si ho fa o no. Consuetudinàriament, el més lògic és que no empri pseudònims ofensius o inadequats per a l'objecte social de l'empresa que el contracta. En ocasions, podria decidir no signar les informacions amb el seu propi nom, i en principi l'empresa no pot l'hi pot obligar de cap manera, si bé es considera que les informacions signades ofereixen més credibilitat. És possible que el perio-

Lectura recomanada

M. V. Jiménez Martínez (2005). *El autor y las publicaciones periódicas: el régimen jurídico específico del texto refundido de la Ley de propiedad intelectual*. Alcalá de Henares: Universitat d'Alcalá de Henares. Servei de Publicacions.

dista reclami que es retiri el seu nom d'informacions que, lícitament, l'empresa ha modificat posteriorment, introduint canvis substancials, argumentant que això podria anar en contra de la reputació professional de l'autor. Quan es procedeix a modificar la informació original per accessió, estariem parlant d'una obra en col·laboració o d'una obra composta, depenent dels casos, i en tots dos caldria establir amb claredat quina és l'aportació de cada autor. Normalment, els mitjans de comunicació procedeixen així, per exemple, amb un breu paràgraf afegit al final o introduït en una altra informació, a la qual pot servir com a complement. L'autor, recordem-ho, es guarda sempre per a si els drets morals, irrenunciables i inalienables, de paternitat i d'integritat de l'obra, aplicables, amb certes modulacions assumibles per les parts degudes a la pròpia naturalesa del treball periodístic, a l'obra informativa.

Tècnicament, la signatura pot aparèixer tant visible en el text com, en format digital, en les metadades que acompanyen els arxius html, una de les etiquetes la qual és precisament la «d'autor».

3.2. Autor de l'obra en col·laboració

L'obra en col·laboració, molt típica també del treball periodístic, hauria d'establir quina és la **contribució de cada coautor**. Quan es tracta d'una obra unitària feta per diversos autors, en el periodisme el fet normal és que totes aquestes persones signin el conjunt de l'obra. El que disposa l'article 7 TRLPI és que:

«Els drets sobre una obra que sigui resultat unitari de la col·laboració de diversos autors els corresponen a tots».

Quan es tracta d'una obra composta, en canvi, també un cas típic del periodisme, per exemple, una peça informativa que inclou un text i una fotografia, o una infografia o fins i tot un vídeo, cada autor ha de tenir o té la potestat de signar la seva pròpia aportació, fins i tot perquè en un moment donat i si no s'ha disposat el contrari en el contracte amb l'empresa cessionària dels drets d'explotació de l'obra, seria possible l'explotació per separat de cada contribució, sempre que, com diu l'article 7.3 TRLPI:

«A reserva dels pactes entre els coautors de l'obra en col·laboració, aquests podran explotar separatament les seves aportacions, tret que causin perjudici a l'explotació comuna».

També podria cada autor reunir després cadascuna d'aquestes obres amb altres de la mateixa naturalesa (per exemple, fotografies informatives d'un mateix autor) en forma de col·lecció. Dret que, recordem-ho, en principi reté cada autor.

3.3. Autor de l'obra col·lectiva

En principi, l'obra col·lectiva no és fruit d'una persona natural, sinó d'una persona jurídica, com estableix l'article 8 TRLPI. Els autors ho són de les diferents aportacions que es fonen «en una creació única i autònoma per a la qual

hagi estat concebuda». Els drets –d'exploració econòmica– de l'obra col·lectiva corresponen a la persona que coordina el treball, és a dir i per exemple, al mitjà de comunicació. Això no li confereix la condició d'autor, per a començar perquè caldria examinar amb més deteniment com podria una persona jurídica reclamar drets morals, en essència personals i que correspondrien als autors com a persones naturals, encara que la seva defensa sí que pot ser encomanada a la persona jurídica responsable de l'obra col·lectiva.

La llei estableix, com és lògic, que cadascun dels autors de les molt diverses contribucions o obres individuals que al seu torn componen l'obra col·lectiva no pot reclamar drets sobre el conjunt de l'obra col·lectiva. Això solament correspon a la persona, natural o jurídica, responsable última de l'obra col·lectiva. No obstant això, cal recordar que els autors de les contribucions individuals, excepte pacte en contrari, sí que podrien explotar d'una altra forma les seves obres, per exemple, mitjançant el dret de col·lecció. De la manera que es negocia aquesta explotació separada de l'obra individual és objecte de múltiples possibilitats i hauria de ser fruit d'una negociació entre les parts.

Teòricament, hi podria haver pacte en contrari a la presumpció legal *ex* article 8 TRLPI que els «drets sobre l'obra col·lectiva corresponen a la persona que l'edita i divulga sota el seu nom» (entenem sempre els drets d'exploració econòmica, més difícilment els morals), però aquest pacte en contrari, lògicament, no se sol produir: la persona jurídica, o natural fins i tot, que posa en marxa l'empresa que produeix una obra col·lectiva, màximament si és una publicació periòdica (generalment, sota un títol estable, protegit com a part de l'obra, article 10.2 TRLPI), reserva per a si aquests drets. Eventualment, no obstant això, es podrien cedir o transferir.

4. La reforma europea: el *press publishers' rights* (i altres)

Al setembre del 2016, després d'haver llançat una consulta pública sobre el tema, la Unió Europea va donar a conèixer el primer esborrany del que, a l'abril del 2019, es va acabar aprovant amb el nom de **Directiva sobre drets d'autor i drets afins en el mercat únic digital**, o **Directiva 2019/790**. Alguns dels seus articles, que examinarem a les pàgines següents, afectaran molt directament les obres periodístiques i els seus autors una vegada s'implementin en els diferents Estats membres de la Unió Europea i passin a formar part de les seves respectives lleis de propietat intel·lectual. Principalment, l'article 15 de la **Directiva**. De moment, ja tenim alguns indicis de com es podria incorporar aquesta disposició als diferents països d'Europa, atès que França ho va fer el juliol del 2019. També hi ha algunes decisions jurisprudencials recents que afecten aquesta qüestió, en general: el Tribunal de Justícia de la Unió Europea va declarar el 12 de setembre del 2019 que el dret afí per als editors de mitjans de comunicació enfront dels agregadors de continguts, que es va aprovar a la Llei de propietat intel·lectual alemanya el 2013-2014, i del que ja hem parlat, s'ha de considerar inaplicable per raons formals. Recordem que un dret similar, i encara més lleoní (es va configurar ni més ni menys que com a irrenunciable) es va incorporar al TRLPI espanyol en el 2015 i va motivar que Google News deixés d'operar al nostre país (Díaz-Noci, 2016a, pág. 27).

4.1. L'abast de la reforma

El camí fins a l'aprovació de la Directiva ha resultat de tot menys pacífic. Des del seu inici, s'han produït discussions que han arribat fins a l'opinió pública, amb intenses campanyes de *lobby* tant per part dels grans editors de premsa –fonamentalment News Media Europe, una associació de grans diaris, entre ells el grup espanyol Vocento, que es va escindir de l'European Newspaper Publishers' Association (ENPA)– com per part dels GAFA, molt especialment Google, contra qui va dirigida la reforma legal que s'ha acabat materialitzant en l'esmentat article 15, dirigit a la «protecció de les publicacions de premsa quant als usos en línia», tal és el seu enunciat, dins del que s'ha denominat «drets sobre publicacions» (Díaz-Noci, 2016b). Els principals punts de desacord que han quedat mitigats en la redacció final han estat diversos.

1) Primer, fins a quin punt aquest dret no limitaria la llibertat que el propi Tribunal de Justícia de la Unió Europea, sobretot a través del denominat cas Svensson, va atorgar a l'**ús d'enllaços**, sempre que es faci de bona fe. Per molt que grups de premsa com el propi Vocento hagin intentat limitar el *deep linking* i fer que tots els vincles ho fossin a la portada, i no a la informació concreta, xoquen amb aquesta doctrina.

Lectura recomanada

Javier Díaz-Noci (2016a). *Press publishers and copyright. A meeting organized by Open Forum Europe and held at the European Parliament, Brussels, October 17, 2016*. Brussel·les: Open Forum Europe. http://www.openforumeurope.org/wp-content/uploads/2016/10/press-publishers_right_OPENFORUMEUROPE.pdf.

Lectura recomanada

Javier Díaz-Noci (2016b). ¿Necesita la sociedad un derecho de autor para los editores de prensa? *Anuario Think EPI* (vol. 1, núm. 11, pàg. 200-204).

2) En segon lloc, i és potser una amenaça de més importància, es va parlar que l'article 15 de la Directiva limitaria la **llibertat d'expressió**. No és un tema menor. Fins i tot al setembre del 2017, ni més ni menys que el Max Planck Institute for Innovation and Competition criticava en una carta oberta com la primera redacció de la proposta de Directiva podia suposar una incertesa legal i una amenaça a la llibertat d'expressió i informació, i advocava en canvi per una simplificació dels mecanismes de llicències en l'àmbit europeu. En general, s'ha qüestionat si la reforma en el seu conjunt, incloses les previsions adoptades sobre els continguts generats pels usuaris, no seria contraproductiu per als interessos generals dels ciutadans (Díaz-Noci, 2018). En aquest últim punt, és molt qüestionable que el legislador europeu li hagi fet cas, perquè la Directiva, almenys des del nostre punt de vista i per a les qüestions que ens concerneixen, reforça precisament el sistema de llicències, vegeu per exemple tot l'article 12, extens, de la Directiva, dedicat a la «concessió de llicències col·lectives amb efecte ampliat».

3) En tercer lloc, s'ha plantejat fins a quin punt era necessari un nou dret per als editors de premsa, quan per exemple, a França, després de la denominada *loi Hadopi*, ja existia un dret que atorgava de forma automàtica, excepte pacte en contrari, els drets d'explotació econòmica de les obres creats pels seus as-salariats a les empreses periodístiques. Fins a quin punt era necessari un nivell més de drets, i un dret a més d'explotació secundària de l'obra, a atorgar a qui no pot ser considerat autor? Com es protegirien els drets dels autors pròpiament dits? Com hem vist, aquestes mateixes qüestions han anat apareixent en altres reformes legals, com la que va tenir lloc a Espanya per fer que les activitats de *press clipping* atorguessin drets als editors de premsa, i només secundàriament als autors de les informacions que en realitat es reproduïen (Díaz-Noci, 2004). És important protegir els interessos dels autors individuals, que en el fons són la baula més feble de la cadena de producció informativa, juntament, per cert, amb els usuaris, sobretot aquells que al seu torn creen informacions, encara que siguin derivades.

4) I, finalment i sobretot, encara que hi hagi fonament per a les pretensions de fer que Google i d'altres grans agents americans paguin, no queda clar que, si això s'aconsegueix i molt menys per aquesta via, arregli per si sola la crisi dels mitjans de comunicació impresos. En aquesta línia s'han manifestat, per exemple, informes com el del grup dirigit pels catedràtics britànics Ian Hargreaves i Lionel Bently, i redactat per Richard Danbury en el 2016, que insisteixen en la dimensió de la crisi del periodisme, o millor dit, de la indústria de mitjans, i en les dificultats de solucionar aquests problemes estructurals mitjançant reformes legals puntuals com aquestes referides a la propietat intel·lectual (Danbury, 2016).

Lectura recomanada

Javier Díaz-Noci (2018). «Copyright and law tendencies: A critical approach of press publishers' right or link tax and of upload filtering for user generated contents». *Lligues #6OBCIBER* (pàg. 381-395). Porto: Universidade do Porto.

Lectura recomanada

Javier Díaz-Noci (2004). *Los resúmenes de prensa en los gabinetes de comunicación: una aproximación jurídica*. La Coruña: Netbiblo.

Lectura recomanada

Richard Danbury (2016). *Is an EU publishers' right a good idea? Final report on the AHRC project: Evaluating potential legal responses to threats to the production of news in a digital era*. Cambridge: Centre for Intellectual Property and Information Law, Faculty of Law, University of Cambridge.

4.2. Drets afins per als editors de premsa: l'article 15 de la Directiva

Examinem què és el que ha disposat la Unió Europea i com han començat a implementar en l'àmbit nacional aquestes disposicions alguns països europeus.

La Directiva comença, en el preàmbul, expressant la seva preocupació per la «ràpida evolució tecnològica» i com pot afectar el dret a tenir lliure competència en el mercat.

Per a això, planteja una estratègia doble: una més gran (i suposem millor) harmonització de les legislacions dels Estats membres, i reforçant tant els drets d'autor com els drets afins o connexos (també coneguts en anglès com *ancillary rights*). Per a això, a més d'algunes disposicions importants sobre mineria de dades, preservació de patrimoni digital o les adoptades per a aclarir i reforçar l'excepció de cita per a finalitats educatives o de recerca, la Unió Europea ha acceptat incloure disposicions que permetin, si els diferents agents socials tenen l'habilitat de fer-ho, que tothom involucrat en la creació, producció i difusió d'obra intel·lectual rebí una compensació equitativa.

L'article més directament relacionat amb l'obra periodística és, com hem dit, el 15. La seva redacció disposa que les «editorials de publicacions de premsa» (significativament s'escull aquesta denominació, no la més extensa de «mitjans de comunicació») hauran d'obtenir un reconeixement d'un dret específic per part dels Estats membres. D'aquest dret a rebre una compensació econòmica per part dels agregadors de notícies, com Google News, per l'ús de les obres publicades pels editors de premsa queden exemptes les publicacions periòdiques científiques o universitàries.

Amb dues excepcions importants, que no figuraven a l'esborrany original i que s'han redactat en el text final: aquestes disposicions no s'aplicaran a l'ús privat o no comercial dels continguts dels editors de premsa ni als actes d'hiperenllaç o vincle, ja que, com hem dit, una altra cosa contravenia la doctrina ben establerta del Tribunal de Justícia de la Unió Europea. A més, en el punt 2 de l'article 15 de la Directiva es diu que aquest nou dret afí per als editors de premsa no pot modificar ni afectar els drets dels autors: periodistes, fotògrafs, il·lustradors, etc. I en concret, no els pot privar del dret a explotar la seva obra d'altres formes, per exemple, mitjançant el dret de col·lecció que un ordenament com l'espanyol els reconeix expressament. És important, per tant, que aquest dret no sigui cedit pels autors a les empreses o no ho sigui si, almenys, no intervé una compensació econòmica justa. En aquest punt, la compensació equitativa, insisteix l'article 15.5, quan indica als Estats membres que tinguin en compte, a l'hora d'implementar aquest dret afí per als editors de premsa, que els autors han de rebre una part «adequada» (no s'indica què s'entén per

això) dels ingressos que els editors de premsa rebin, i l'article 16, que indica que quan els autors hagin cedit la llicència d'un dret d'explotació a una empresa, això és títol jurídic suficient perquè al seu torn aquesta empresa pugui reclamar una part d'aquesta compensació.

Aquest dret als editors de premsa (i després d'una certa pressió, estès a les agències informatives) té un abast molt més limitat que els drets d'autor pròpiament dits. Expira al cap de dos anys, a comptar des de l'1 de gener de l'any següent al de la primera publicació de l'obra. Això impediria que es pugui reclamar aquesta compensació indefinidament, argumentant per exemple que, en romandre a l'hemeroteca digital, l'obra està vigent en el mercat.

4.3. La implementació de l'article 15 en l'àmbit nacional. El cas francès

El primer Estat membre de la Unió Europea que ha incorporat aquestes disposicions a la seva Llei de propietat intel·lectual ha estat França, el 24 de juliol del 2019, amb entrada en vigor el 24 d'octubre del 2019. Bàsicament, la redacció de la reforma francesa segueix gairebé literalment la Directiva, i n'amplia d'altres, la qual cosa resulta especialment interessant. Per exemple, parla no solament d'editors de premsa, sinó «d'empreses de comunicació audiovisual, editors de premsa i agències de premsa». També estableix que queden exempts de l'aplicació d'aquest dret afí els actes d'hipervincle i els *snippets* o «paraules aïllades o extractes curts extrets d'una publicació de premsa», és a dir, el que normalment ofereix Google News abans de facilitar l'enllaç a la informació original. Els *snippets* ja havien estat objecte de polèmica quan es va reformar la Llei de propietat intel·lectual alemanya, la primera que va intentar atorgar un dret afí als editors de premsa.

La implementació francesa de la Directiva europea també insisteix que les empreses solament disposen –no podia ser d'una altra manera– de drets patrimonials. I el que és més important, defineix més extensament que a la Directiva el que s'ha d'entendre tant per editor de premsa, la persona «física o moral» (és a dir, la persona jurídica) que edita una publicació o un servei de premsa, i el que s'ha d'entendre per publicació de premsa, «una col·lecció composta per obres literàries de naturalesa periodística, que pot igualment comprendre altres obres o objectes protegits», és a dir, tot tipus de material multimèdia: imatges, vídeos, infografies. La pròpia Directiva, en el preàmbul (punt 55) inclou en aquesta categoria no solament les publicacions diàries, setmanals o mensuals en paper, sinó també les publicades en línia. El legislador francès cuida especialment les empreses informatives, malgrat ser conscient que les persones jurídiques participen en la creació de l'obra intel·lectual però no se'ls considera autors de la mateixa, i estableix que per a fixar el muntant de la remuneració que cal obtenir dels agregadors de notícies, s'ha de tenir en compte la inversió i la importància i contribució dels mitjans de comunicació en la vida pública del país. En el fons, i com reconeix el punt preliminar 60 de la Directiva, es tracta també de protegir la inversió econòmica. La Directiva entén

que els agregadors de notícies poden privar d'uns ingressos extra els editors de mitjans de comunicació, seguint així la teoria del lucre cessant i el dany emergent: es perd tant com es deixa de guanyar. Si els usuaris accedeixen a les notícies a través dels qui no són els seus productors, aquests deixen d'obtenir els ingressos que els correspondrien.

Com poden fer valer els editors de premsa i les agències de premsa aquest dret a rebre una compensació econòmica dels agregadors de notícies? Una vegada més, mitjançant una llicència o autorització. Cada vegada que un agregador vulgui reproduir una part d'una peça periodística publicada en una obra col·lectiva en un diari, ha de sol·licitar l'autorització als seus editors. Per a facilitar això, la llei francesa preveu que els editors de premsa ho puguin fer a través d'organismes de gestió. Per tant, es contempla la possibilitat que els editors de premsa creïn associacions conjuntes per a gestionar els seus drets. Recorda altres iniciatives passades, com la fallida Gedeprensa, creada per a defensar els drets de propietat intel·lectual de diversos grups de premsa espanyols, mitjançant una llicència col·lectiva sobre l'obra col·lectiva (i de pas, cadascuna de les obres individuals que la componen) que el Tribunal de Defensa de la Competència espanyol va anul·lar el maig del 2004.

La reforma francesa preveu que, per a fixar el muntant d'aquesta compensació, es formi una comissió formada per representants de l'Estat, de les empreses informatives i de les associacions professionals de periodistes, i que aquestes últimes rebin almenys una vegada a l'any informació puntual dels mecanismes de compensació als autors.

La reforma francesa de la legislació de propietat intel·lectual de juliol del 2019 esmenta especialment els periodistes i insisteix en l'obligatorietat que rebin una part apropiada d'aquesta compensació, bé a través de les condicions que els treballadors hagin pactat amb l'empresa, és a dir, contractualment, bé mitjançant els convenis col·lectius. És evident que aquesta és la via per la qual els professionals de la informació han d'obtenir millors condicions: el contracte i els convenis col·lectius.

Aquest moviment a França, pionera entre els Estats membres de la Unió Europea, no ha estat tampoc exempt de polèmica. D'una banda, Google, com ja va fer a Espanya a la fi del 2014, s'ha negat a acceptar aquesta mesura. El gegant nord-americà argumenta que es limiten a mostrar *snippets* i enllaços, que estan explícitament exempts de la remuneració compensatòria de què parlem, i que de fet faciliten tràfic als mitjans de comunicació. Malgrat tot, va anunciar a l'octubre del 2019 que no oferiria aquests extractes ni vídeos procedents de les notícies publicades pels mitjans de comunicació tampoc en el cercador, excepte autorització expressa dels propis editors. Però en tot cas, va anunciar Richard Gingras en nom de Google, refusen pagar les empreses informatives, argumentant que ells no produeixen res, solament donen enllaços a l'obra original. Altres agents podrien estar afectats, com Apple News, encara que el seu pes és molt petit en aquest mercat informatiu. Facebook, en canvi, ha mostrat

Associacionisme professional

França és un país amb un associacionisme professional, també d'aquest col·lectiu, molt més fort que a Espanya, la qual cosa li atorga un pes negociador més gran.

de moment una postura més conciliadora, ja que en realitat ells tenen un model de negoci diferent al de Google, Facebook en realitat proveeix els editors d'una plataforma d'edició on ells voluntàriament col·loquen els seus continguts. Li han respost, al novembre del 2019, l'Aliança de la premsa d'informació general, el Sindicat d'Editors de Revistes, la Federació de Premsa Especialitzada i l'Agència France Press, que van presentar una demanda davant el tribunal de la competència francès, qui al seu torn va anunciar l'obertura d'una recerca a Google per abús de posició dominant, per a començar les cerques en internet. Els editors de premsa són conscients que més de la meitat del tràfic que obtenen els seus mitjans digitals prové precisament de les cerques mitjançant Google. El 23 d'octubre del 2019 més de 800 personalitats de la cultura francesa van reclamar als poders públics que contraataquessin a l'ofensiva de Google. Els poders polítics han donat suport als editors de premsa. El president de la República francesa, Emmanuel Macron, i Angela Merkel, cancellera alemanya, s'han mostrat també partidaris de la mesura que faria que Google pagués: «França i Alemanya reafirmen la seva determinació a posar en marxa la nova Directiva i assegurar el ple respecte de les regles», van afirmar el 16 d'octubre del 2019.

La batalla no ha fet més que començar. Als qui defensen la conveniència d'aquestes mesures, com Sammy Katz, director de France Press a Bagdad, i altres 78 periodistes, que creuen que el que fa Google és «predatori» (Katz, 2018) els han respost altres professionals, pels quals es podria provocar un efecte invers, i recorden que un dret afí o connex és un dret complementari del dret dels autors, que solament proporcionaria als editors ingressos complementaris, i que aquest dret afí no té cap vocació de beneficiar els veritables autors: els periodistes.

Giuseppe de Martino, president de l'Associació de Serveis d'Internet Comunitaris (ASIC) alerta sobre la possibilitat que (traduïm)

«al contrari, aquest dret afí tindrà com a efecte alterar el dret d'autor del periodista en diluir-lo en una nova estructura composta» (de Martino, 2018).

En efecte, què és primer? L'obra unitària de cadascun dels treballadors o autors d'una empresa periodística, o l'obra col·lectiva resultant? Aquest dret afí concedeix drets accessoris als editors de la segona, encara que respecta els drets de les obres originals. I la **Federació Internacional de Periodistes** s'ha congratulat d'aquest dret que faria que Google, i altres gegants, paguessin. Recordem el que diu la pròpia Directiva (punt preliminar 72):

«Els autors i els intèrprets o artistes o executants solen estar en la posició contractual més feble».

Lectura recomanada

Sammy Katz (2018). «Accorder à la presse des “droits voisins” en ligne: une question de vie ou de mort». *Le Monde*, 26 d'agost de 2018.

Per descomptat, també els intèrprets, que hi pot haver eventualment en el cas de l'obra informativa com ja hem explicat, tindrien també dret a una remuneració «adequada i proporcionada», segons l'article 18 de la Directiva.

4.4. Els continguts produïts pels usuaris: l'article 17 de la Directiva

Altres disposicions de la Directiva Europea 2019/790 poden resultar també d'aplicació en el cas de l'obra informativa. La Directiva vol protegir els autors d'obres originals els drets dels quals puguin conculcar les obres derivades que les utilitzen sense permís. Per a això, ha establert una altra mesura polèmica: que el control recaigui sobre els proveïdors de serveis, ja que

«faciliten una gran quantitat de continguts protegits per drets d'autor carregats pels seus usuaris [i que] s'han convertit en una font principal d'accés als continguts en línia».

Això es concreta a l'article 17 de la citada Directiva, que estableix que els proveïdors de serveis en línia han de recaptar una autorització de forma obligatòria dels titulars de drets o fer-se responsables de les possibles infraccions i les seves conseqüències, per tant, quan un usuari «pugi» qualsevol tipus d'obra a aquests servidors, sigui pròpia o derivada a partir d'altres, s'ha d'assegurar que és el titular dels drets d'explotació econòmica de l'obra. Aquesta presumpció en contrari pot anar en detriment de l'agilitat i la innovació, com ja hem explicat abans en exposar com la legislativa canadenca va incloure per primera vegada un dret dels usuaris a la seva llei de drets d'autor, però ho va fer de forma limitada i condicionada al fet que es tracti d'una explotació no comercial de l'obra i al fet que pugui estar limitada mitjançant reserva de drets pels productors (no sempre els autors, quan es tracta d'una obra col·lectiva, com un diari) de l'obra original. Almenys, hi ha excepcions que la Directiva reconeix –necessàriament, perquè la pròpia Unió Europea ha establert una llista plagada d'excepcions que els Estats membres han de contemplar en les seves lleis de propietat intel·lectual–, per exemple quan els usuaris, a l'hora de dur a terme una obra derivada, per exemple un mem, s'emparin en el dret de cita o de paròdia, caricatura o pastitx.

Queda per veure, no obstant això, quin és el recorregut i el marge d'aplicació real de la Directiva en els diferents Estats membres, i en concret a Espanya. Si l'objectiu és fer que Google pagui, les dificultats pràctiques són evidents.

Si es tracta de fer front a la crisi de la indústria de mitjans de comunicació, les mesures legals no seran suficients per si mateixes per a remeiar el que sembla inevitable: un canvi de paradigma en el negoci de la informació.

Lectura recomanada

Giuseppe de Martino (2018). «Le droit voisin est une hydre à multiples têtes». *Le Monde*, 7 de setembre de 2018.

Caldrà veure com es van incorporant els articles 15 i 17 de la Directiva 2019/790 a cada llei nacional de propietat intel·lectual. Així mateix, quina capacitat de negociació tindran els actors implicats, les empreses, els professionals i els usuaris, la qual cosa té a veure amb la fortalesa o feblesa de les associacions professionals, per exemple, i la seva capacitat per a negociar en termes d'igualtat contractes, convenis col·lectius o sectorials. De la mateixa manera, caldrà veure quines són les diferències d'actuació i reacció entre els denominats *major players* (grans empreses i grups comunicatius) i els *minor players*, altres empreses informatives, natives digitals sense la rêmora d'afrontar costos de producció i distribució d'un producte, l'imprès, que els pot atorgar un valor de marca al qual no poden renunciar, però els fa incrementar els costos de producció enfront de la, en principi, més àgil estructura digital.

Bibliografia

- Barberán Molina, P. J.** (2010). *Manual práctico de propiedad intelectual*. Madrid: Tecnos.
- Bercovitz Rodríguez-Cano, R. (coord.)** (2001). *Manual de propiedad intelectual*. València: Tirant lo Blanch.
- Bercovitz Rodríguez-Cano, R. i altres** (2006). *Las reformas de la Ley de propiedad intelectual*. València: Tirant lo Blanch.
- Danbury, Richard** (2016). *Is an EU publishers' right a good idea? Final report on the AHRC project: Evaluating potential legal responses to threats to the production of news in a digital era*. Cambridge: Centre for Intellectual Property and Information Law, Faculty of Law, University of Cambridge.
- Díaz-Noci, Javier** (2004). *Los resúmenes de prensa en los gabinetes de comunicación: una aproximación jurídica*. La Coruña: Netbiblo.
- Díaz-Noci, Javier** (2016a). *Press publishers and copyright. A meeting organized by Open Forum Europe and held at the European Parliament, Brussels, October 17, 2016*. Brussel·les: Open Forum Europe. http://www.openforumeurope.org/wp-content/uploads/2016/10/press-publishers_right_openforumeurope.pdf.
- Díaz-Noci, Javier** (2016b). «Necesita la sociedad un derecho de autor para los editores de prensa?». *Anuario Think EPI* (vol. 1, núm. 11, pàg. 200-204).
- Díaz-Noci, Javier** (2018). «Copyright and law tendencies: A critical approach of press publishers' right or link tax and of upload filtering for user generated contents». *Atas #6OBCIBER* (pàg. 381-395). Porto: Universidade do Porto.
- González López, M.** (1993). *El derecho moral del autor en la ley española de propiedad intelectual*. Madrid: Marcial Pons.
- Jiménez Martínez, M. V.** (2005). *El autor y las publicaciones periódicas: el régimen jurídico específico del texto refundido de la Ley de propiedad intelectual*. Alcalá de Henares: Universitat d'Alcalá de Henares. Servei de Publicacions.
- Katz, Sammy** (2018). «Accorder à la presse donis "droits voisins" en ligne: une question de vie ou de mort». *Le Monde*, 26 d'agost de 2018.
- Martino, Giuseppe de** (2018). «Le droit voisin est une hydre à multiples têtes». *Le Monde*, 7 de setembre de 2018.
- NERA Economic Consulting** (2015). *Informe económico sobre el impacto del nuevo artículo 32.2, de la reforma de la Ley de propiedad intelectual*. Madrid: AEEPP.
- Ortega Díaz, J. F.** (2006). *Los enlaces en internet: propiedad intelectual e industrial y responsabilidad de los prestadores*. Pamplona: Aranzadi.
- Strowel, A.** (1993). *Droit d'auteur et copyright: divergences et convergences: étude de droit comparé*. Brussel·les, París: Bruylant.
- Tato Plaza, A.** (2017, gener). «La protección de las creaciones publicitarias». *InDret. Revista para el Análisis del Derecho*. <http://www.indret.com/pdf/1284.pdf>.
- Xalabarder, R.** (2015). La reforma del artículo 32 del TRLPI: una reforma explosiva, injustificada y doblemente inútil». *IDP. Revista de Internet. Derecho y Política* (núm. 20, pàg. 121-139).

