

---

# Derecho de autor y comunicación: últimas novedades y perspectivas de futuro

---

PID\_00270897

Javier Díaz Noci

---

Tiempo mínimo de dedicación recomendado: 4 horas

---



**Javier Díaz Noci**

Actualmente catedrático de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, es doctor en Derecho, además de licenciado en Ciencias de la Información, y fue periodista en ejercicio de diversos medios impresos y audiovisuales entre 1985 y 1992. Es también doctor en Historia. Su especialidad son los medios digitales y los derechos de autor sobre la obra informativa. Ha sido profesor visitante de varias universidades, entre ellas las de Reno, Nevada (Estados Unidos), Oxford (Reino Unido) y Federal de Bahía (Brasil).

El encargo y la creación de este recurso de aprendizaje UOC han sido coordinados por la profesora: Silvia Martínez Martínez

Primera edición: febrero 2020  
© Javier Díaz Noci  
Todos los derechos reservados  
© de esta edición, FUOC, 2020  
Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona  
Realización editorial: FUOC

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

# Índice

<b>Introducción</b> .....	5
<b>Objetivos</b> .....	6
<b>1. La estructura del derecho de autor</b> .....	7
1.1. Derechos morales .....	8
1.2. Derechos patrimoniales .....	11
1.3. Cesión de derechos .....	16
1.3.1. Contratos .....	18
1.3.2. Convenios nacionales, sectoriales y colectivos .....	19
1.3.3. Avisos legales .....	19
1.3.4. Licencias: <i>Creative Commons</i> y <i>Color Iuris</i> .....	19
1.4. Otros derechos .....	20
1.4.1. Derechos de artistas y ejecutantes .....	20
1.4.2. Derechos <i>sui generis</i> : bases de datos .....	21
1.5. Derecho de compensación por copia privada y por agregación: el canon AEDE .....	22
1.6. ¿Disponen los usuarios de derechos de autor? .....	23
<b>2. Tipos de obras</b> .....	25
2.1. Obra individual .....	25
2.2. Obra en colaboración .....	26
2.3. Obra compuesta .....	26
2.4. Obra colectiva .....	27
2.5. El caso especial de la obra audiovisual .....	28
2.6. Particularidades de la obra publicitaria .....	29
<b>3. ¿Quién es el autor de la obra comunicativa? ¿A quién protege el derecho de autor?</b> .....	32
3.1. Autor de la obra individual .....	32
3.2. Autor de la obra en colaboración .....	33
3.3. Autor de la obra colectiva .....	34
<b>4. La reforma europea: el <i>press publishers' rights</i> (y otros)</b> .....	35
4.1. El alcance de la reforma .....	35
4.2. Derechos afines para los editores de prensa: el artículo 15 de la Directiva .....	37
4.3. La implementación del artículo 15 a nivel nacional. El caso francés .....	38
4.4. Los contenidos producidos por los usuarios: el artículo 17 de la Directiva .....	41

**Bibliografía..... 43**

## Introducción

En este módulo se explica, por una parte, cuál es la estructura de los derechos de autor (y otros derechos afines) y cuáles son las principales categorías jurídicas, tanto referentes a las obras intelectuales como a sus autores, productores e intérpretes, que se aplican. Y por otra parte, cuáles son los cambios que en esa estructura provoca la aplicación de la **Directiva sobre derechos de autor y derechos afines en el mercado único digital**, o **Directiva 2019/790**. Sobre todo porque dicha Directiva, que ha empezado a implementarse ya en los Estados miembros de la Unión Europea y en sus respectivas legislaciones sobre propiedad intelectual, introduce un nuevo derecho afín o conexo, pensado para beneficiar a los editores de prensa frente a los grandes agregadores digitales, como Google, a quien se reclama una remuneración compensatoria, que, en todo caso, debe compartirse de alguna manera con los autores. Examinamos también los cambios legislativos que se están produciendo sobre los contenidos producidos por los usuarios, de especial importancia en el entorno digital, y sus limitaciones y tendencias.

## Objetivos

El objetivo principal es obtener un conocimiento general de la estructura de la protección jurídica a los autores.

Los objetivos secundarios son:

1. Distinguir los tipos de autores en función del tipo de obra.
2. Distinguir los diferentes derechos y hasta qué punto se pueden, y se deben ceder.
3. Entender las particularidades de la obra comunicativa y, en especial, de la obra periodística, la obra audiovisual y la obra periodística en internet.
4. Estar al día de las últimas tendencias en materia legislativa referente a los derechos de autor, de autores, personas jurídicas y usuarios. Y en concreto, de las modificaciones profundas que la **Directiva sobre derechos de autor y derecho afines en el mercado único digital**, o **Directiva 2019/790** introducirá en la obra comunicativa, y especialmente en la obra periodística.

## 1. La estructura del derecho de autor

Los derechos de los autores, y de aquellos a quienes se los ceden, se denominan normalmente **derechos de propiedad intelectual**. Si bien no se trata propiamente de una propiedad real en sentido estricto, sino más bien de un complejo sistema de licencias, las leyes, y en concreto la española (el **Texto reformado de la Ley de propiedad intelectual, TRLPI 1/1996**) suelen denominarse de esta manera. Aunque la doctrina jurídica, y también nosotros, prefiere hablar de derecho (o derechos) de autor, a efectos prácticos emplearemos de forma indistinta ambos términos (Barberán, 2010). También a efectos prácticos manejaremos la siguiente definición que hace de la propiedad intelectual el Ministerio de Cultura y Deporte español:

«La propiedad intelectual es el conjunto de derechos que corresponden a los autores y a otros titulares (artistas, productores, organismos de radiodifusión...) respecto de las obras y prestaciones fruto de su creación».

**Ministerio de Cultura** (s. f.). Definición de la propiedad intelectual. [Disponible en línea]. <http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura/propiedadintelectual/la-propiedad-intelectual/definicion.html>.

La propia definición adelanta una particularidad de la estructura de los derechos de autor, y es que cubre a determinadas personas, naturales o jurídicas, que no son propiamente autores (Bercovitz, 2001). La Ley de propiedad intelectual solo reconoce como autores a las personas naturales, pero en cambio, hay una categoría de obras, las **obras colectivas**, que se producen a instancias de personas jurídicas, empresas por lo general.

Es el caso, precisamente, del mercado informativo: las noticias no se ofrecen, o al menos no se ofrecían, antes de la World Wide Web de forma individual o aislada, sino en forma de «paquetes» informativos. Dicho sea de paso, históricamente, al menos desde el siglo XVII, se ha considerado difícil vender las noticias por unidades. Por eso las empresas informativas, los medios de comunicación, han preferido la venta por paquetes, periódicos, por ejemplo, es decir, ofreciendo un conjunto de obras individuales más o menos heterogéneas que se venden a un precio único, una obra colectiva, por emplear un concepto jurídico.

Por otra parte, el sistema jurídico de propiedad intelectual cubre no solo a los autores propiamente dichos, es decir, a los creadores –y a los productores, caso de la obra audiovisual–, sino también a los intérpretes y ejecutantes. Es lo que se denominan **derechos conexos o afines**, muy importantes en el caso, por ejemplo, de la música, y de alcance más limitado en cuanto a la obra informativa, aunque podemos encontrar casos de aplicación; por ejemplo, el caso de los presentadores de noticias o de los locutores que, por así decirlo, vehiculan o interpretan una obra realizada por otras personas. Además, la legislación contempla una serie de derechos denominados *sui generis* que se aplican a ciertas

### Lectura recomendada

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

### Lectura recomendada

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

clases de **bases de datos**. Los derechos afines han sido, sin embargo, la vía que el legislador europeo ha encontrado para atender a las reivindicaciones de quienes no son intérpretes o ejecutantes, sino **productores de obra colectiva**.

En realidad, la principal distinción en cuanto a la estructura de los derechos que el sistema de propiedad intelectual reconoce a los autores en todo el mundo se da entre los **derechos morales** y los **derechos económicos** o de explotación económica de las obras.

Desde finales del siglo XX esto es así en prácticamente todos los países del mundo, y en concreto se trata de una distinción propia del sistema de derecho continental, de raíz romana o *Civil Law*, mayoritario, que fue adoptada, no sin reticencias y gracias al proceso de armonización jurídica impulsada por la **Organización Mundial de la Propiedad Intelectual**<sup>1</sup>, por los países de derecho anglosajón o *Common Law*, como Estados Unidos, o los países de la Commonwealth, con un alcance en todo caso menor que en la primera de las tradiciones jurídicas mencionadas, a la que pertenecen España (y la inmensa mayoría, salvo Irlanda, de los países de la Unión Europea) (Strowel, 1993). A esa distinción entre derechos morales de los autores y derechos de explotación económica de la obra intelectual nos vamos a referir en primer lugar, porque resulta básica para entender en qué consiste la protección jurídica del sistema de propiedad intelectual.

Por lo tanto, y esa es otra cuestión que trataremos en este módulo, las instancias internacionales están intentando armonizar el derecho de autor. Tanto la OMPI como las instituciones de la Unión Europea han dado ya pasos en este sentido. De hecho, en el momento de redactar estas líneas está ya aprobada la **Directiva sobre copyright en el mercado único digital**, aprobada en el 2019, que deberá ser implementada por todos y cada uno de los Estados miembros, entre ellos España, y que contiene en su articulado disposiciones directamente referidas a la obra informativa.

### 1.1. Derechos morales

Los derechos morales, de gran importancia en el derecho de raíz latina, y menos en la *Common Law* –la legislación inglesa, por ejemplo, excluye a los periodistas del disfrute de estos derechos, salvo acuerdo con la empresa– pertenecen a la esfera personal del autor, y por tanto, se aplicarían única y exclusivamente a las personas físicas (González, 1993). Que se trate de derechos personales y morales no quiere decir que, eventualmente, puedan tener una importancia económica, para empezar porque no respetarlos supone tentar contra la dignidad y la reputación de los autores.

Por ejemplo, si se conculca el derecho de un autor a firmar o no su obra, o si se altera por parte de la empresa que contrata al autor la integridad de su obra, por citar solo dos

<sup>(1)</sup>La OMPI, o WIPO según sus siglas en inglés.

#### Lectura recomendada

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

#### Lectura recomendada

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



de los derechos morales que a continuación explicaremos con algo más de detalle, la reputación profesional de un periodista o de un fotógrafo pueden resultar perjudicadas.

No es una cuestión secundaria hacer respetar estos derechos morales de los autores, aunque no se trate de derechos de explotación económica de la obra.

La primera característica que diferencia los derechos morales de los derechos patrimoniales o de explotación económica de la obra es que los primeros son **irrenunciables e inalienables**.

Por tanto, no se pueden ceder ni transferir de modo alguno. No se pueden perder y no se pueden enajenar, siempre permanecen en la esfera personal del autor. Incluso después de su muerte: al contrario que los derechos patrimoniales, que se extinguen o, mejor dicho, pasan al dominio público setenta años después de la muerte del autor, como regla general, los derechos morales deben ser respetados incluso transcurrido este plazo, y de ello pueden encargarse las instituciones públicas.

Hay varios derechos morales, la mayoría con una clara importancia para los periodistas y algunos de ellos influidos por internet.

1) El primero de esos derechos es el de **divulgación de la obra**: Solo el autor está facultado para decidir divulgar o dar a conocer la obra o no, es decir, dejarla inédita, sin publicar. Asimismo, tiene derecho a retirarla del mercado cuando lo crea conveniente, aunque para ello la ley establece que debe pagar los perjuicios que ello cause al cesionario de la obra. Ejercer esta última potestad puede, en el mundo digital, resultar difícil, aunque no imposible.

Si un autor, un periodista por ejemplo, o un dibujante, infografista, autor publicitario o fotógrafo, decide retirar su obra después de haber sido publicada, debe tenerse en cuenta que esta, muy posiblemente, haya pasado a formar parte de la hemeroteca o, más propiamente hablando, de la base de datos del medio, y además es también habitual que se enlace a obras más recientes en forma de información relacionada. Si se trata de un periodista u otro autor asalariado, habrá que estar a lo que se disponga en su contrato acerca del derecho a retirar una obra del mercado –derecho irrenunciable e inalienable, recordemos– y, sobre todo, el cálculo de la indemnización a que ello dé lugar. Por otro lado, una vez extinguida la relación contractual entre el cesionario –la empresa– y el autor, habría que examinar con qué derecho la primera puede mantener la obra en el mercado, al menos si no abona algún tipo de compensación al autor o sus derechohabientes.

2) **Derecho de paternidad de la obra**: En todo momento, el autor o autores tienen derecho a ser reconocidos como autores de su propia obra, y a que su nombre figure, o no, ligado a esa obra, y en la forma que el autor determine.

Por ejemplo, es derecho únicamente del autor decidir si firma su obra y cómo, si con su nombre real o con un seudónimo, incluso dejarla anónima.

Es hasta cierto punto frecuente que el periodista decida libremente no firmar su obra, lo que se ha denominado «renunciar a la obra», haciendo constar que prefiere mantener en reserva su identidad, sin detrimento de que cuando lo considere oportuno pueda revelarla. Si este derecho, que solo corresponde al autor, se vulnerase, daría lugar a que este pudiese reclamar una indemniza-

ción. Se trata, por otra parte, de una práctica habitual de los medios de comunicación, recogen en cláusulas contractuales o de disposiciones en los libros de estilo, y determinan así cuándo y cómo se firman las informaciones, y en qué casos determinadas piezas informativas se atribuyen al medio como tal. Y ello a pesar de que, al tratarse de un derecho personal, no podría en puridad atribuirse a la persona jurídica, en principio. Debería, en cualquier caso, tenerse en cuenta que, incluso habiendo un acuerdo entre las partes, prevalecería en última instancia el derecho irrenunciable que, por su carácter moral y por tanto personal, corresponde en exclusiva al autor.

**3) Derecho a la integridad de la obra:** Este derecho atribuye únicamente al autor la potestad de modificar su propia obra, pero las necesidades informativas, de nuevo, lo modulan. Es habitual que la actualidad informativa imponga necesidades de modificación de la obra, bien por adición de información, bien por corrección de la obra original, bien por reducción o cambio de orden de sus elementos. Cuando por necesidades específicas interviene otra persona, porque así se le ha encargado, en modificar la pieza de otro periodista, lo lógico es que se incorpore el nombre del segundo autor, e incluso que de alguna manera se indique qué es lo que este añade a la pieza original. Si se diese el caso de que la modificación es tan profunda que estamos hablando de una obra completamente diferente, aunque basada en otra preexistente, habría que examinar si se ha podido ejercer el derecho de modificación de la obra, un derecho patrimonial y que por tanto se puede –y se suele– ceder a la empresa. En ningún caso, sin embargo, estaría permitida o amparada por la ley una modificación sustancial, no justificada por la perentoriedad del quehacer informativo, de una obra y mucho menos manteniendo la firma de su autor.

**4) Derecho de modificación de la obra:** En parte lo hemos explicado en el punto anterior. Solo el autor está facultado para modificar su obra, si bien, como es lógico, las rutinas de un medio de comunicación hacen que sea necesario practicar cambios en las informaciones. Igualmente, y aunque pueda resultar confuso, tengamos en cuenta que existe el derecho patrimonial de transformación de la obra, que puede estar pactado de antemano, tanto los supuestos en los que estaría justificado cambiar la obra preexistente como el alcance de las modificaciones. De todas formas, la gran diferencia es que el derecho de transformación es un supuesto en el que se produce una obra nueva, de autor diferente por lo general, a partir de una obra primera, aunque esta y su autor deberían ser reconocidos, mientras que el derecho moral a la integridad de la obra se refiere en todo momento a la obra original, que debe ser en principio aceptada y publicada tal cual su autor la presenta. Este derecho moral, al contrario que los otros, se considera que solo abarca la vida del autor, pues es este quien debe oponerse o aceptar la modificación de su obra cuando afecta a su integridad.

**5) Derecho de acceso al ejemplar único o raro de la obra:** Se trata de un derecho que tuvo su razón de ser antes de la tecnología digital, y que tiene menos sentido práctico desde el momento en que es fácil, rápido y barato ha-

cer copias exactas digitales de la obra original. En el mundo analógico, sin embargo, se trataba de un derecho que garantizaba al autor que siempre podría recuperar su obra cuando se encontraba en un soporte (por ejemplo, fotográfico) propiedad de otra persona natural o jurídica. Según este derecho, cuando el autor no disponga de ninguna otra copia fidedigna de su propia obra, y asumiendo los costes que de ello se deriven, puede solicitar acceder y obtener una copia. Se discute si este derecho se extiende a los herederos del autor, aunque nosotros entendemos que sí, ya que de ejercerlo puede depender la posibilidad de poder obtener beneficio de la explotación económica de dicha obra.

## 1.2. Derechos patrimoniales

La segunda categoría de derechos, y los más importantes desde el punto de vista del mercado, son los **patrimoniales o de explotación económica de la obra**.

Al contrario que los derechos morales, no se trata de derechos irrenunciables ni intransferibles o inalienables, de hecho, por su propia esencia se trata de que puedan ser cedidos de los autores a, por ejemplo, las empresas para que puedan ser puestos en el mercado y obtener una rentabilidad económica.

Por tanto, son derechos que, si bien permanecen en la esfera personal del autor hasta que son transferidos, se basan en ser susceptibles de ser cedidos, a cambio, por lo general, de contraprestaciones económicas.

El primero de los derechos de explotación, y el único que existía mientras fue la imprenta el único o el principal medio de difusión de obras intelectuales, fue el derecho de copia<sup>2</sup>, hoy más comúnmente denominado **derecho de reproducción**.

<sup>(2)</sup>El *copyright*; así se denomina, precisamente, al derecho de autor en la tradición jurídica de *Common Law*.

A medida que han ido apareciendo otros medios de comunicación, como el audiovisual o internet, han ido configurándose otros derechos, como el de **comunicación pública**. Junto a estos derechos, que corresponderían originalmente a los autores, a quienes crean la obra intelectual, existen otros, los **derechos conexos**, que se atribuyen a otros agentes intelectuales que no son propiamente los autores, sino los intérpretes o ejecutantes.

Antes de definir y examinar cada uno de los principales derechos de explotación económica de la obra, es necesario explicar que estos derechos son **independientes entre sí** y, por tanto, pueden acumularse.

Otra nota característica es que **no son eternos**, característica que los hace diferentes de los derechos de propiedad real sobre las cosas. Los derechos de explotación económica de las obras están, por definición, limitados en el tiempo, y por tanto, cualquier acuerdo sobre estos derechos económicos debe necesariamente fijar su duración temporal. En cualquier caso, estos derechos se extinguen para salvaguardar no solo el interés de los autores, sus cesionarios y sus herederos, sino también el libre acceso a la cultura. Transcurrido un determinado lapso de tiempo, los derechos de explotación económica sobre las obras intelectuales pasan al **dominio público**. Normalmente, y para los derechos de los autores –los conexos tienen otros plazos, como veremos– se considera que se reserva a los autores y a sus herederos el derecho a negociar los aspectos relacionados con la explotación económica de la obra durante toda la vida del autor, o hasta la muerte del último de los coautores cuando se trata de varias personas que han creado una sola obra, y setenta años, a contar a partir del 1 de enero del año siguiente al del fallecimiento. Por tanto, los herederos tienen, en principio, setenta años para obtener réditos sobre la obra de su familiar.

Este plazo temporal de protección, que es general para cualquier tipo de obra, ha sido discutido en no pocas ocasiones. No es lo mismo una novela, por ejemplo, que una noticia, cuya caducidad en el mercado es mucho mayor. Se trata, por así decirlo, de un producto más perecedero.

Aunque incluso eso se discute: una noticia se puede incorporar en el entorno digital a otra mediante enlaces, o ser susceptible de ser recuperada al estar a disposición de los usuarios mediante una base de datos accesible a través de una interfaz –una hemeroteca digital, en definitiva–, por lo que tal vez su periodo de explotación no sea tan efímero como antes (Ortega, 2006). De hecho, las empresas incluso acostumbran a extender *de facto*, ya que no *de iure*, ese término, porque muchas hemerotecas digitales ofrecen obras de autores fallecidos hace más de setenta y de ochenta años, que por tanto caen en el dominio público. La excusa jurídica perfecta para poder obrar así es alegar que dichas obras individuales forman en realidad parte de una obra colectiva –más adelante explicaremos este concepto y la importancia que tiene para el tema que nos ocupa–, cuya titularidad sí pertenece a la persona jurídica, verbigracia, la empresa bajo cuya iniciativa y coordinación se creó, que mientras se mantenga operativa puede por tanto explotarla.

Los principales **derechos de explotación económica de la obra** son los siguientes:

1) **Derecho de reproducción:** Junto con el siguiente, el de distribución (de ejemplares físicos o copias de la obra), es el primer derecho de autor, al menos desde un punto de vista cronológico. Es el momento de explicar otra cuestión que es primordial para entender cómo funciona el derecho de autor:

La protección jurídica dispensada a la propiedad intelectual no protege ideas, sino la plasmación de dichas ideas en un soporte determinado.

No se protege la sustancia de una noticia, una exclusiva, sino la forma en que dicha noticia se ha plasmado de forma impresa en un soporte audiovisual o multimedia o a través de internet. Por tanto, es necesario que las ideas tomen cuerpo y se incorporen a un soporte. El primero de esos soportes fue el papel

### Excepciones

Hay algunas excepciones: las obras producidas durante el plazo de vigencia de la anterior Ley de propiedad intelectual española de 1987 (la actual data, en su primera redacción de 1996) se rigen por el plazo de protección estipulado entonces, que era de toda la vida del autor y ochenta años tras su muerte. El actual plazo está bastante armonizado y es el habitual en la mayoría de las legislaciones sobre propiedad intelectual de los diferentes países del mundo, siguiendo las recomendaciones de la OMPI.

### Lectura recomendada

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

impreso. Es decir, la difusión de la obra intelectual dependía de la producción de copias o ejemplares físicos, bien impresos, bien incluso manuscritos, y andando el tiempo, en otro tipo de soportes audiovisuales: discos, películas, cintas u otro tipo de soportes materiales.

Es la lógica del mercado cultural hasta, al menos, la invención del cine, la radio y la televisión. Así, se estableció, desde la primera ley de propiedad intelectual, el denominado *Statute of Anne* británico de 1710, atribuir a los autores, y que estos pudiesen ceder a las empresas, el derecho a producir copias de sus obras para acceder al mercado. Más adelante, cuando la técnica permitió hacer **copias de copias** –más aún cuando el lenguaje digital permitió obtener copias exactas– se inventaron mecanismos para gravar esas sucesivas copias siempre que fuesen para uso personal, y compensar así las pérdidas que dicha práctica pudiesen suponer para autores y cesionarios de derechos patrimoniales. Estos mecanismos de compensación por copia privada, no exentos de polémica cuando se han intentado implementar mediante el canon a soportes grabables, como CD y DVD, no suelen aplicarse a las noticias, precisamente por su caducidad.

**2) Derecho de distribución:** Se trata, como ya hemos dicho, de un derecho estrechamente ligado al anterior. Para que las copias de obra intelectual lleguen al destinatario final hace falta distribuir las físicamente. Periódicos, revistas, libros impresos, CD o DVD deben llegar al usuario final de forma física al punto de venta para su compra o incluso, en algunos supuestos –aunque es una práctica en franco desuso–, para el alquiler. Por eso las leyes de propiedad intelectual prevén la existencia de este derecho, que debe ser contemplado normalmente en los contratos de edición. La tecnología digital ha hecho que se trate de un derecho que se aplica cada vez menos: si no hay copias o ejemplares físicos de la obra, no hace falta distribuir esas copias, sino poner a disposición de los usuarios la obra para que puedan acceder a ella. Ni que decir tiene, esto ha supuesto una quiebra en la cadena de producción y distribución ligada a las obras culturales: ya no es indispensable distribuir noticias –o paquetes de noticias, es decir, publicaciones periódicas–, obras literarias o científicas, obras audiovisuales (películas, series, música), con lo cual hay una serie de puestos de trabajo que se van perdiendo: los impresores, los distribuidores y los vendedores punto a punto de obra intelectual: cada vez hay menos quioscos, tiendas de música o librerías, porque ese negocio se está desplazando del mundo físico al virtual. No obstante, este derecho se mantiene incluso en internet, porque una vez que se accede a la obra, aunque sea temporalmente, debe ser reproducida en el disco duro (o en la memoria caché) del dispositivo del usuario. Normalmente, se considera permitida la reproducción de la obra legalmente adquirida en cinco soportes.

**3) Derecho de comunicación pública:** Se trata del derecho propio del audiovisual. El TRLPI lo define como:

«Todo acto por el cual una pluralidad de personas puede tener acceso a la obra sin previa distribución de ejemplares de cada una de ellas».

Así es como funcionan el cine, la radio o la televisión: un conjunto de personas accede a la obra sin que medie un soporte físico, dichas obras se emiten y hay un público que las recibe. En el mundo digital existen diversos actos asimilables a la comunicación pública: el cada vez más popular *streaming*, por ejemplo, así como el *webcasting* y el *simulcasting*. Un *podcast*, formato muy popular en los cibermedios actuales, caería dentro de esta categoría.

**4) Derecho de puesta a disposición:** La llegada de internet ha provocado que deba inventarse un nuevo derecho, ya que hay una serie de prácticas que no entran dentro ni de la reproducción y distribución física de ejemplares ni dentro de la comunicación pública de la obra o, en inglés, *broadcasting*. Es lo que ocurre en internet: el usuario puede acceder a una página o sitio web y consumir así obra intelectual. A esta práctica y al derecho a ella asimilado se les ha denominado **puesta a disposición de la obra**. No hay reproducción ni distribución porque solo hay un ejemplar, digital, de la obra, que es al que acceden los internautas, aunque pueda haber una serie de copias distribuidas en diversos ordenadores o «espejos» copias de seguridad y copias temporales para facilitar el acceso. Tampoco se trata propiamente de un acto de exhibición pública, proyección o emisión de la obra. Este derecho se implementó en los países de la Unión Europea a partir de la Directiva 2001/29/CE, y en España se decidió, probablemente por comodidad, incluirlo junto con el de comunicación pública, si bien se trata, como insistimos, de dos derechos diferentes.

**5) Derecho de transformación:** Se trata de un derecho importante, y que está relacionado, pero no hay que confundir, con el derecho moral de modificación de la obra. El autor puede ceder este derecho patrimonial para que, a partir de su obra original, que solo él o ella tienen derecho a modificar, puedan obtenerse lo que se denominan obras derivadas. Las hay de muchos tipos: adaptaciones, resúmenes o traducciones, por ejemplo. Este derecho adquiere una importancia excepcional en el mundo digital, donde modificar digitalmente la obra original es relativamente fácil y barato.

Un ejemplo típico es la traducción. Una empresa, un medio de comunicación pongamos por caso, puede considerar interesante que la obra de sus profesionales contratados pueda ser traducida y publicada en otros medios. Para ello, ha de haber obtenido la cesión de este derecho, del cual debe especificarse su alcance –no es, por tanto, conveniente hacer una cesión general de cualquier transformación posible, sino que al autor le interesa más detallar qué transformaciones permite y en qué términos, y cuáles no–, y lo mismo ocurriría con la adaptación de la obra: acortarla, fusionarla con otras, prácticas todas ellas habituales en las rutinas cotidianas del quehacer periodístico.

Un caso interesante es el de la **transformación o modificación por parte de los usuarios**, cada vez más común en el entorno digital, lo que conoce como obras derivadas por parte de los usuarios (*user-generated contents*, o al menos una parte de ellos, es decir, todos los que no son de creación exclusiva por parte del público, sino obtenidos a partir de una obra original). Otro caso interesante, y que se ha estudiado relativamente poco, es de la **digitalización de obra previa analógica**; por ejemplo, para obtener hemerotecas digitalizadas a

partir del papel o de los archivos audiovisuales, incluso de obras de autores ya fallecidos o que ya no están vinculados contractualmente a la empresa cesionaria, lo que crearía teóricamente unos ciertos problemas de legitimidad de estas prácticas, máxime cuando esas hemerotecas digitales pueden estructurarse con ánimo de lucro. En principio, esta transformación de la obra debe estar permitida expresamente por el autor, igual que cuando un escritor a quien una editorial publica sus obras en papel debe renegociar su contrato para permitir la edición de esa misma obra en formato digital, o cuando un músico que ha firmado un contrato de grabación, edición y distribución de ejemplares tiene que autorizar que su obra se distribuya ahora, digitalizada, mediante plataformas de *streaming*, lo que en principio no sería una comunicación pública de la obra sino una puesta a disposición de la misma. Por lo tanto, tener claro el alcance e importancia de este derecho patrimonial, y del derecho moral relacionado, abre interesantes perspectivas negociadoras a los autores.

A su vez, este derecho incluiría el **derecho de modificación y eliminación** (*remove*).

Normalmente, las empresas, los medios de comunicación, jurídicamente hablando, los cesionarios del derecho, intentan reservarse este derecho de forma tan extensa como pueden, para empezar, porque les permite funcionar con normalidad en el día a día – lo que estaría cubierto mediante prácticas consuetudinarias aceptadas siempre que no afecten a la esencia de la obra, si se practican cambios menores y no sustanciales, como recortar la extensión del texto o cambiar sus elementos de forma que el sentido cambie–, pero también porque, como hemos explicado, les permite negociar con terceros, limitar los derechos de los usuarios o extender el término de explotación sobre la obra mediante la digitalización de la misma.

**6) Derecho de colección:** Aunque parezca un derecho un tanto secundario, que solo indirectamente se recoge en otras legislaciones diferentes de la española, en las cuales se habla más bien de misceláneas o antologías, el derecho de colección puede tener una cierta importancia para los periodistas españoles, ya que históricamente se trata de un derecho que ya en el siglo XIX se legisló para ellos especialmente. Pero también para otros autores: por ejemplo, los ligados a la publicidad, porque en un momento dado pueden hacer portafolios de sus obras. Puesto que era difícil entonces para un periodista ganarse la vida mediante colaboraciones en los periódicos, se entendió que, si no los cedía expresamente, el autor retenía el derecho a republicar esas piezas informativas o de opinión en forma de colección o antología, siempre y cuando no entre en competencia con la actividad de la empresa, en este caso periodística, que lo contrata.

Se trata de un derecho de la era del impreso que ha cobrado nueva vida en el mundo digital, ya que un fotógrafo, un periodista, un columnista o un científico podría acogerse a este derecho para publicar una colección de sus obras en una página web personal, por ejemplo. Siempre, claro está, que no haya cedido contractualmente este derecho a una empresa. Es obvio que los medios de comunicación intentan cubrir esta posibilidad y estipulan en los contratos que ofrecen a sus trabajadores que se reservan el derecho a publicar las piezas informativas cotidianas como colección posteriormente. Cosa que, por cierto,

ya hacen, puesto que como un medio digital no es otra cosa, desde el punto de vista técnico, que un gestor de una inmensa base de datos compuesta por esas piezas, imágenes, gráficos y otros archivos, es posible y habitual recuperar o componer colecciones por tema, fecha u autor, sin ir más lejos, de las obras que el lector desee. Una hemeroteca digital, gestionada por una interfaz gráfica, no da como resultado otra cosa que colecciones de obras preexistentes.

7) **Derecho de simple remuneración:** Se trata de dos derechos, uno de ellos de escasa o nula aplicación en el caso de la obra periodística, el **derecho de participación**, que se aplica a las obras plásticas (y, en un momento dado, tal vez a las publicitarias), y otro, este sí en principio más relacionado con otro tipo de obras, como el de compensación equitativa por copia privada, bien físicas (por ejemplo, fotocopias de partes de libros), bien digitales. En el caso de las fotocopias, se ha considerado por vía de la jurisprudencia que en España no se puede reclamar para el caso de las obras publicadas en diarios y revistas, porque las fotocopias que puedan hacerse de determinados artículos, noticias o reportajes es residual y de una importancia económica escasa, si se tiene en cuenta el principio de lucro cesante y daño emergente, es decir, que la cuantía del daño es equivalente a lo que deja de obtenerse cuando, como en este caso, hacer fotocopias impide comprar el diario o revista original. En todo caso, sí es de aplicación en el caso de los resúmenes de prensa, para los cuales, una vez que se reformó en su momento el artículo 32 del TRLPI 1/1996, es preceptivo obtener la correspondiente licencia, que en España gestiona la entidad de gestión CEDRO.

### 1.3. Cesión de derechos

Los derechos de explotación económica de la obra, que pertenecen de forma originaria al autor o autores por el mero hecho de crearlos, acostumbran a cederse a terceras personas –normalmente, jurídicas: empresas– para su explotación en el mercado. Nada impide, naturalmente, que los autores decidan explotar las obras por su cuenta sin precisar de ningún intermediario, pero esto no suele producirse en el caso de la obra periodística, que se da a conocer al público a través de medios de comunicación.

Hay varios modelos de cesión de la obra, pero la más habitual en el caso de los medios de comunicación es la **cesión exclusiva**. De esta manera, solo esas empresas pueden explotar los derechos de explotación económica cedidos. Mediante los avisos legales, las empresas consideran incluso que las obras enviadas por los usuarios se consideran, en ocasiones, cedidas en este régimen. En otros casos aceptan que no se trata de una cesión en régimen de exclusividad, y que pueden remitir la misma obra también a otros medios. Los que no se cedan expresamente mediante contrato se considera, por ley, que permanecen en la esfera del autor. Por tanto, la presunción legal actúa siempre en favor del autor. Si bien, cuando media contrato laboral, se considera que todo lo que el trabajador produzca durante su horario laboral y se ajuste a los propósitos de la empresa y de los términos del acuerdo –y de los convenios colectivos o



sectoriales– se cede a la empresa. Esos acuerdos de cesión exclusiva permiten a las empresas gestionar con más flexibilidad las obras en el mercado, hasta el punto de que están muy extendidos los acuerdos que facultan a la empresa a negociar posibles acuerdos con terceras partes, para lo cual deben disponer de la mayoría de los derechos económicos de sus trabajadores. Naturalmente, la ley estipula, y los propios intereses profesionales de los trabajadores hacen recomendable, que se establezca contractualmente una compensación equitativa por esas explotaciones subsiguientes de la obra, tanto por resúmenes de prensa, como en otros supuestos, bien polémicos, como los que trataremos después cuando hablemos de la Directiva Europea sobre copyright en el mercado único digital, del 2019. En dicho texto legal los editores de grandes medios de comunicación, sobre todo los editores de diarios, y las agencias de prensa consiguieron que las instituciones europeas incluyesen un derecho exclusivo para ellos (lo que se ha denominado *press publishers' right*), si bien se consiguió que en el redactado final se incluyese otro artículo, a tener en cuenta en conjunción con el anterior, que garantiza a los autores en todo momento una compensación equitativa. Salvo que, y esto es muy importante remarcarlo, los **autores lo cedan mediante pacto en contrario**. Obviamente, va en contra de los autores, de los periodistas, fotógrafos y otros trabajadores de los medios aceptar ese pacto en contrario. Y es responsabilidad de esos colectivos profesionales negociar una compensación realmente equitativa, toda vez que la ley raramente establece el montante final de esa compensación, que queda al albur de la negociación entre las partes: los trabajadores y las empresas en definitiva.

Asimismo, aunque en este caso las empresas han obtenido más beneficio que los autores, es importante determinar que la cesión de la obra de un trabajador a una empresa no implica automáticamente, salvo que así se disponga y con las compensaciones que se negocien, de la explotación de esa obra en otros medios del mismo grupo empresarial.

El caso típico es la explotación de la obra de un periodista o fotógrafo en un diario impreso y en su equivalente digital, si se trata, como normalmente es el caso, de dos razones sociales diferentes.

Normalmente, y en nombre de una mayor flexibilidad en las posibilidades de explotación de la obra en soportes diferentes, las empresas se cuidan de obtener la cesión de esos derechos de forma extensa. Eso beneficia al autor, siempre que se obtenga una compensación equitativa por esa explotación diversa de la obra.

En algunos casos, por ejemplo en los artículos de opinión de reputadas firmas, los medios hacen constar una reserva de derechos que impide su reproducción por otros medios, aun cuando se mencione, como es preceptivo (artículo 33.1 del TRLPI), autor y fuente, ya que:

«Los trabajos y artículos sobre temas de actualidad difundidos por medios de comunicación social pueden ser reproducidos, distribuidos y comunicados públicamente por otros de su misma clase».

Ahora bien, eso en modo alguno permite que existan medios de comunicación que únicamente o mayoritariamente **reproducen obra ajena sin aportación propia**, que sería el caso de los **resúmenes de prensa**.

Explicaremos ahora los mecanismos principales mediante los cuales se produce esta cesión.

### 1.3.1. Contratos

El instrumento más común es que haya un contrato, de naturaleza laboral o civil, mediante el cual uno o varios autores individuales ceden determinados derechos de explotación económica de sus obras para los fines previstos por la empresa o el contrato a determinadas personas jurídicas.

Es importante establecer con claridad los términos del contrato, porque de lo contrario opera el mecanismo *ope legis*, es decir, la atribución de determinadas competencias por parte de la ley<sup>3</sup> y determinadas presunciones *iuris tantum*. Es decir, si las partes no establecen otra cosa, prevalece lo que dice la ley.

<sup>(3)</sup>Véase, por ejemplo, el artículo 88 del TRLPI.

La relación contractual entre los autores y las empresas puede ser de varios tipos, fundamentalmente:

1) Un contrato laboral que vincula al **autor o autora con una empresa**. Los trabajadores o asalariados<sup>4</sup> producirán obra intelectual según lo establecido en el contrato, y se entenderá que la cesión automática y exclusiva de los derechos de explotación de lo que se produzca en horario laboral y para los fines propios de la empresa y los que estipule el contrato, se hace a la empresa contratante. Esto incluiría también la posibilidad de una cesión ulterior a terceros y la obligatoriedad de que sea la empresa contratante quien asuma la responsabilidad y los costes de defender cualquier vulneración de los derechos de propiedad intelectual de sus autores. Los autores, por tanto, deberían estar atentos a qué tipo de cesión hacen de derechos, como los de transformación de la obra, que pueden dar lugar a nuevas obras que a su vez pueden ser explotadas en el mercado, y los derechos de negociación con terceras partes, porque en ambos casos se debería reclamar algún tipo de remuneración compensatoria a los autores por estas explotaciones secundarias. También por otros casos como los que hemos examinado, como el derecho de explotación que la Directiva Europea del 2019 atribuye a los editores de prensa y agencias de noticias.

<sup>(4)</sup>La transmisión de derechos se establece en el artículo 51 del TRLPI.

2) Un contrato de naturaleza **civil o mercantil**, por el que los autores, en principio, ceden los derechos de explotación sobre una obra o conjunto de obras. En este caso operan otro tipo de presunciones legales, y particulares para el caso de publicaciones en periódicos, puesto que las empresas tendrían derecho a publicar la obra solo durante el primer mes desde su remisión si se trata de un diario, y de seis meses en otro tipo de publicaciones periódicas no diarias.

Recordemos que, en cualquier caso y si no se establece otra cosa, el artículo 43 del TRLPI indica que:

«La falta de mención del tiempo limita la transmisión a cinco años y la del ámbito territorial, al país en el que se realice la cesión. Si no se expresan específicamente y de modo concreto las modalidades de explotación de la obra, la cesión quedará limitada a aquella que se deduzca necesariamente del propio contrato y sea indispensable para cumplir la finalidad del mismo».

### **1.3.2. Convenios nacionales, sectoriales y colectivos**

Es habitual que las empresas, grupos empresariales o incluso sectores productivos negocien y aprueben convenios colectivos, nacionales o sectoriales. En dichos textos también se pueden recoger aspectos relacionados con la propiedad intelectual y los derechos de autor. Normalmente, dichos convenios prevén la posibilidad de que los contratos individuales recojan disposiciones diferentes, en cuyo caso normalmente se prefiere estar a lo que hayan acordado las partes, sea mejor o peor para el trabajador o el autor.

### **1.3.3. Avisos legales**

Las empresas, sobre todo las que operan mediante un sitio web en internet, establecen, a veces de forma muy detallada, las condiciones a que someten el uso del material que publican mediante los **avisos legales**. Dicho aviso legal debe ser considerado, entendemos, un acuerdo, licencia de uso o incluso un contrato entre la empresa y los usuarios. Recordemos que en algunos casos los usuarios más activos son considerados autores, por lo que es muy habitual que los términos de la cesión, normalmente no exclusiva, se recojan en dichos avisos legales.

### **1.3.4. Licencias: *Creative Commons* y *Color Iuris***

Las licencias, sobre todo las «tipo», como las muy conocidas y extendidas *Creative Commons* y otras similares como las *Color Iuris*, sirven también para establecer en qué términos se produce la cesión de la obra por parte del autor. Dichas licencias no sustituyen a la ley, sino que son, por así decirlo, documentos estandarizados, que facilitan al autor la decisión última sobre la cesión de los derechos de explotación económica de sus obras. Recordemos que, en el derecho continental, el autor siempre retiene los derechos morales sobre su obra porque son irrenunciables e inalienables. Por tanto, disposiciones sobre

la necesaria mención de autoría de la obra de las licencias *Creative Commons* no dejan de ser redundantes en nuestro sistema jurídico, aunque nunca está de más recordarlas.

Mediante estas licencias, los autores detallan a qué están obligados los que pretendan hacer uso de esas obras.

- Por ejemplo, deben citar su procedencia y autor, **reconocer la autoría** de las mismas.
- También se establece si pueden hacer un **uso comercial** o no de la obra, y si es así, en qué términos. Lo lógico es que se establezca que se solicite un permiso previo al autor para hacer uso comercial de su obra, y negociar una compensación.
- Otro derecho de explotación importante que cubren estas licencias es el de transformación, de manera que se permita o no la **obra derivada**, y con qué condiciones.

#### **1.4. Otros derechos**

Junto con los derechos morales y de explotación económica de la obra que hemos examinado, existen otros destinados, fundamentalmente, a **proteger los intereses de otras personas**, naturales o jurídicas, que intervienen en la creación y difusión de obra intelectual. En realidad, y de forma indirecta, se reconoce que hay creadores –por ejemplo, los intérpretes– que pese a no entrar en la categoría de autores sí contribuyen decisivamente al conocimiento y al arte. También se reconoce que los productores y las empresas son agentes indispensables en la creación y difusión de obra intelectual, por ejemplo, audiovisual.

##### **1.4.1. Derechos de artistas y ejecutantes**

Así, los artistas y ejecutantes tienen reconocidos derechos de propiedad intelectual, aunque no son autores de la obra.

El caso típico: un cantante o músico que interpreta obra de otro autor, de un compositor.

La legislación española les reconoce tres derechos morales y cuatro patrimoniales en el TRLPI, si bien con un alcance temporal más limitado que en el caso de los autores.

1) Respecto a los **derechos morales** se les reconoce el derecho de paternidad e integridad sobre la obra interpretada.

Pensemos, por ejemplo, en una pieza musical. Los intérpretes tienen derecho a ser reconocidos como tales y a que no se mutile su interpretación, lo que mediante la tecnología digital resulta aún más fácil que antes.

Se añade el derecho moral a autorizar el doblaje, pensado para los actores y actrices.

2) En cuanto a los **derechos patrimoniales**, destacan los de fijación o grabación de las interpretaciones, el de reproducción, el de comunicación pública – que incluye el de puesta a disposición en internet–, que salvo pacto en contrario se consideran cedidos al productor de la obra, y el de distribución. Los derechos de autores e intérpretes ejecutantes son acumulables, no excluyentes.

El caso típico es el del cantante o el músico que interpreta sus propias obras.

El alcance temporal de estos derechos es de toda la vida del intérprete y cincuenta años contados a partir del 1 de enero del año siguiente a su fallecimiento.

Este grupo de derechos tiene una incidencia limitada en cuanto a la obra periodística, aunque algunos supuestos podrían entrar en esta categoría.

Por ejemplo, los presentadores de medios audiovisuales, ya que leen e interpretan, representan, por así decirlo, obras que otros han redactado, confeccionado o editado. Se da el caso, frecuente por otra parte, en que el presentador es también editor.

#### **1.4.2. Derechos *sui generis*: bases de datos**

Se trata de un derecho que no protege exactamente el contenido de las obras que gestionan y contienen las bases de datos, cubiertas por los derechos examinados anteriormente, sino la **estructura de las bases de datos**. Es un derecho recogido en el artículo 12 TRLPI. Este derecho busca proteger al fabricante, la empresa o persona jurídica que encarga la confección de esa base de datos, por tanto, valora y recompensa el diseño conceptual de ese producto, más que su ejecución técnica propiamente dicha, que quedaría más bien cubierta mediante la protección de la propiedad industrial. En el caso del periodismo digital, se trata de un derecho de clara aplicación, porque como hemos dicho un cibermedio es básicamente una gran y compleja base de datos, que almacena, ordena y permite recuperar mediante un **sistema gestor de contenidos** (un *content management system*), que es el motor que proporciona tanto a los profesionales la herramienta para volcar sus contenidos y para recuperarlos a la hora de confeccionar sus informaciones, como a los usuarios llevar a cabo búsquedas, por ejemplo.

Se trata de un derecho mucho más limitado en el tiempo, solamente quince años, que lo que hace, sobre todo, es proporcionar a la persona jurídica que encarga (y, se supone, diseña conceptualmente) la base de datos la facultad de permitir o prohibir la extracción y explotación de los contenidos que esa herramienta técnica gestiona.

### 1.5. Derecho de compensación por copia privada y por agregación: el canon AEDE

Una de las últimas reformas del TRLPI español, que entró en vigor el 1 de enero del 2015, tuvo como objeto precisamente la **obra periodística**. Una vez más, el *lobby* de editores de prensa, y en concreto la entonces denominada Asociación de Editores de Diarios de España (AEDE) –en realidad, de grandes diarios, porque hay otra, la Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas (AEEPP), que engloba a publicaciones medianas y pequeñas (NERA, 2005)–, hizo valer su influencia para modificar a su favor el artículo 32.2. del TRLPI, como ya hizo en el 2006 (Bercovitz, 2006) para introducir otra reforma y obtener compensación por actividades de resúmenes de prensa (Xalabarder, 2015). Entre 2014-2015, su objetivo fueron los agregadores de prensa, y en concreto el mayor de ellos: **Google News**. Solo consiguieron que, justo antes de la entrada en vigor de la reforma, Google decidiese, en diciembre del 2014, suspender el servicio para España. A fecha de hoy, no se ha reanudado.

La reforma española tenía un precedente, la que practicó en la legislación sobre propiedad intelectual en Alemania el año anterior, y se inscribe en el marco general de intentar detener la hemorragia económica que en el tradicional modelo de los medios impresos, basados en los ingresos por publicidad y en los anuncios clasificados, ha producido internet. En Alemania, se introdujo un derecho para los editores de prensa a recibir una compensación por parte de los agregadores de prensa por reproducción de los artículos de esos medios –en realidad, de sus periodistas, porque nunca se reproducía la obra colectiva en su conjunto, sino una pequeña parte, o *snippet* de cada noticia, para luego dar un enlace que dirigía directamente a la fuente original–, si bien se establecía que los editores podían renunciar a ese derecho, ya que:

«No debe confundirse con una forma de protección legislativa de viejos y obsoletos modelos de negocios».

La mayoría, salvo Axel Springer, lo hizo, e incluso finalmente este gran grupo mediático cedió.

En vista de ese precedente, y para sorpresa de buena parte del mundo jurídico, la posterior reforma española introdujo la irrenunciabilidad de ese derecho en el fondo de explotación secundaria de la obra. Recordemos que antes de esta reforma la condición de irrenunciable se reservaba solo a los derechos morales, no a los patrimoniales, como en este caso.

El párrafo que se añadió al artículo 32.2., que regula el derecho de cita como excepción, quedó como sigue:

#### Lecturas recomendadas

**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 y otros** (2006). *Las reformas de la Ley de propiedad intelectual*. Valencia: 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, págs. 121-139).

«La puesta a disposición del público por parte de prestadores de servicios electrónicos de agregación de contenidos de fragmentos no significativos de contenidos, divulgados en publicaciones periódicas o en sitios web de actualización periódica y que tengan una finalidad informativa, de creación de opinión pública o de entretenimiento, no requerirá autorización, sin perjuicio del derecho del editor o, en su caso, de otros titulares de derechos a percibir una compensación equitativa. Este derecho será irrenunciable y se hará efectivo a través de las entidades de gestión de derechos de propiedad intelectual. En cualquier caso, la puesta a disposición del público por terceros de cualquier imagen, obra fotográfica o mera fotografía divulgada en publicaciones periódicas o en sitios web de actualización periódica estará sujeta a autorización».

Esta reforma, que pretendía hacer pagar a Google News, ni siquiera a Google en su conjunto como buscador porque quedaba exenta de la reforma la actividad que se realice estrictamente circunscrita a lo imprescindible para ofrecer resultados de búsqueda, quedó prácticamente en agua de borrajas. Al no poder hacer pagar al gran agregador que es Google News, el gravamen ha ido recayendo sobre otros más pequeños, y además se ha establecido que sea CEDRO, entidad de gestión, quien se encargue del cobro del mismo. Pero sentó el precedente para la introducción del *press publishers' right* que comentaremos más adelante, y que finalmente se ha aprobado en la mencionada Directiva europea del 2019, no sin una enorme polémica.

## 1.6. ¿Disponen los usuarios de derechos de autor?

Una cuestión que no queremos dejar pasar por alto, porque creemos que va a resultar de especial incidencia también a partir de la implementación de la Directiva, es si los usuarios disponen o deben disponer de derechos en tanto que autores o coautores de determinadas obras, sobre todo las denominadas obras derivadas, fruto de la modificación de obra preexistente. El primer país en regular un derecho propio de los usuarios, con limitaciones, fue Canadá en el 2012. La Unión Europea declinó durante una década entrar a considerar siquiera la necesidad de regular un derecho semejante, ya que en el 2009 la Comisión Europea aseguró que tras realizar algunas consultas entre los titulares de derechos consideraba que era prematuro.

«[...] cambiar las leyes de derechos de autor para permitir la producción y difusión de contenidos generados por lo usuarios».

En el 2019 sí ha entrado a regularlos parcialmente, pero solo para establecer que son los proveedores de servicios de internet quienes tienen que velar por que los contenidos remitidos por los usuarios no vulneren los legítimos derechos de los cesionarios de derechos de autor, lo que lejos de incentivar la producción de ese tipo de contenidos pone en cuestión la licitud de estos.

De hecho, incluso la tímida reforma canadiense de la ley C-11 sobre derecho de autor, que a su vez se basaba en precedentes jurisprudenciales como los casos *CCH Canadian Ltd. v Law Society of Upper Canada* y *Théberge v Galerie d'Art du Petit Champlain*, basó su argumentación en la importancia de las obras derivadas por parte de los usuarios para la productividad y la innovación. Ahora bien, aquella reforma legal previó que los medios de comunicación, por ejemplo, pudieran oponerse a aceptar que se produjesen obras derivadas a partir

de las suyas propias, de forma que solo se permitió un derecho de los usuarios cuando no hubiese explotación comercial de la nueva obra, y además se establecía que el usuario que quisiese llevar a cabo una obra derivada debía solicitar la autorización del titular de los derechos de explotación de la obra original, lo que era fácil de impedir por parte de los medios con una simple reserva de derechos.

A pesar de ello, es posible proceder a producir obra nueva derivada de otra u otras preexistentes cuando estas se liberan de alguna manera, por ejemplo, mediante licencias *Creative Commons* que permitan algún tipo de transformación de la obra, y teniendo siempre en cuenta el alcance comercial que sobre la obra derivada puedan establecer los titulares de la obra original.

Igualmente, hay que recordar que la obra derivada debe respetar en todo momento los derechos morales de la obra preexistente, por ejemplo, el de paternidad.

Estos movimientos han provocado a su vez otros que están en el fondo de los movimientos de reforma legal, como el de la Directiva europea del 2019. Las reformas tienden a atribuir cada más derechos exclusivos a las personas jurídicas responsables de la producción de obras colectivas, como son los medios de comunicación.



## 2. Tipos de obras

Antes de continuar adentrándonos en los movimientos de reforma legal actuales, es conveniente que entendamos qué tipos de obra distinguen las leyes de propiedad intelectual, y en concreto la española. Ya hemos avanzado algunos de ellos, pero creemos que es importante sistematizar estos conceptos.

- Para empezar, es importante entender que las leyes de propiedad intelectual **no protegen ideas, sino la expresión, la plasmación de esas ideas**. No protegen una noticia, sino el texto de esa noticia.
- A su vez, la **obra debe ser original**. Esto no quiere decir que necesariamente sea de una gran calidad artística o intelectual, solo que debe ser fruto del ingenio y el trabajo intelectual de su autor o autores, y por tanto, no una mera reproducción o copia.

Todo tipo de obras están protegidas, por lo tanto. Y, aunque continúa en vigor, creemos que la distinción que hacía el Convenio de Berna de 1886 y sus subsiguientes reformas entre meras informaciones de actualidad, no protegibles, y artículos literarios, estos sí protegibles, no tiene sentido hoy en día, cuando una noticia o un reportaje puede estar tan o más elaborado que un artículo de opinión.

Atendiendo al número y la naturaleza de sus autores, hay básicamente tres tipos de obras que protege el TRLPI.

### 2.1. Obra individual

Es la obra producida por un único autor.

Una noticia, una fotografía, una novela o una obra plástica, por ejemplo.

Estas obras permiten individualizar cada pieza y cada autor, se establece una relación unívoca entre ambos y es sencillo discernir cuál es el objeto y alcance de la protección a la misma.

Ahora bien, junto a este tipo de obras, bastante comunes y, en realidad, en las que pensaban las primeras leyes de propiedad intelectual o literaria, hay muchísimas otras en las que participa, en diferente grado y de diversa manera, más de un autor. Que, además, no siempre tiene por qué ser una persona natural.

## 2.2. Obra en colaboración

La obra en colaboración es aquella en la que participan varios autores.

Se trataría de una obra unitaria, no de la resultante de la unión de varias obras de diferentes autores.

Es decir, estaríamos hablando, por ejemplo, de un reportaje firmado por varias personas, no de una pieza informativa compuesta por un texto y una fotografía, donde puede diferenciarse cada una de las obras que componen la obra resultante.

En el caso de la obra en colaboración, el grado de participación puede ser muy diferente, y por lo tanto, debería establecerse cuál ha sido la aportación de cada autor y el porcentaje para calcular el devengo de beneficios. Ahora bien, cuando se trata de autores asalariados, caso de muchos periodistas, esta regla no procedería sino que se entiende que la participación de todos los autores es la misma y queda compensada por su sueldo. En cambio, si varios autores remiten al medio una pieza para su publicación, deberían establecer cuál es el porcentaje de su aportación para ser compensados en función del mismo. En cualquier caso, y para simplificarlo, es muy habitual que se considere que la aportación ha sido igual por parte de todos los autores.

## 2.3. Obra compuesta

La obra compuesta, o derivada, es aquella en la que se obtiene una nueva obra a partir de otra u otras preexistentes.

Ya hemos hablado de un caso típico: de un texto y una fotografía, obras individualizables e incluso susceptibles de ser explotadas por separado en un momento dado, se obtiene otra resultante de la unión integrada de las mismas. Otro caso típico es la obtención de una obra derivada a partir de la transformación de otra u otras previas, por ejemplo, mediante traducción, adaptación o derivación. Siempre debe reconocerse la existencia de esas obras preexistentes. Otro caso muy típico del periodismo digital es la confección de secciones o «especiales» resultantes de la unión de diversas obras sobre un mismo tema, relacionadas entre sí. O la inclusión de informaciones previas en otras más actuales. La casuística es, por tanto, muy amplia. La obra resultante, compuesta o derivada, ha de cumplir igualmente con un cierto requisito de originalidad. No es suficiente con una mera agregación de obras preexistentes, sino que el resultado debe dar una obra igualmente original. Se distingue así entre obra compuesta e independiente, según el artículo 9 TRLPI:

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

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

Como ya hemos mencionado, los contenidos generados por los usuarios suelen caer dentro de esta categoría. Un ejemplo son los *fan fictions*, en los cuales los aficionados desarrollan temas y personajes de otras obras.

## 2.4. Obra colectiva

Otro tipo de obra, muy importante en el mundo del periodismo, hasta el punto de que sobre esta categoría se asientan las reformas legales más recientes, es la obra colectiva. Es, según el artículo 8 del TRLPI, la

«[...] creada por la iniciativa y bajo la coordinación de una persona natural o jurídica que la edita y divulga bajo su nombre».

Estamos hablando, sin ir más lejos, de un periódico o revista, o de un sitio web de un medio de comunicación. Una empresa reúne bajo su coordinación, impulso e inversión una serie de obras individuales, colectivas o compuestas diversas, agrupadas bajo un título o una cabecera, y la ofrece al público de forma unitaria –aunque en internet, además, y es importante que insistamos en ello, las obras individuales pueden también comercializarse separadamente. Por tanto, habría dos niveles de protección jurídica:

- el dispensado a la obra colectiva en su conjunto, y
- el dispensado a cada una de las obras que componen a su vez la obra colectiva.

Las reformas legales del artículo 32 TRLPI a que nos hemos referido en los epígrafes anteriores insisten en los derechos de las personas jurídicas promotoras (que no autoras) de la obra colectiva y bastante menos en los derechos de los autores de las obras individuales, que en realidad son las que reproducen tanto los resúmenes de prensa (reforma del 2006) como los agregadores de prensa (reforma del 2014-2015). Si bien es cierto que puede argumentarse que se reproducen esas obras individuales o segregadas porque han sido publicadas en una obra colectiva. Igualmente, es importante, y así lo recogió el legislador español en el 2006, y el europeo en el 2019, que se prevea una compensación del productor de obra colectiva hacia los autores de las obras incluidas en esa obra colectiva y reproducidas por terceras partes. Compensación que, generalmente, es siempre renunciable mientras que la reforma del artículo 32.2 TRLPI del 2014-2015 añadía el carácter de irrenunciable a la compensación que, por agregación de contenidos, debían percibir los editores de prensa. De hecho, el artículo 33 TRLPI resultante de esa misma reforma establece un mecanismo compensatorio a los autores que debería ser tenido en cuenta:

«1. Los trabajos y artículos sobre temas de actualidad difundidos por los medios de comunicación social podrán ser reproducidos, distribuidos y comunicados públicamente por cualesquiera otros de la misma clase, citando la fuente y el autor si el trabajo apareció con firma y siempre que no se hubiese hecho constar en origen la reserva de derechos. Todo ello sin perjuicio del derecho del autor a percibir la remuneración acordada o, en defecto de acuerdo, la que se estime equitativa.

Cuando se trate de colaboraciones literarias será necesaria, en todo caso, la oportuna autorización del autor».

## 2.5. El caso especial de la obra audiovisual

Un caso especial de obra intelectual, propia además de la información de actualidad también tanto en radio y televisión como en internet, es la **obra audiovisual**. En España la define el artículo 86.1 TRLPI:

«Entendiendo por tales las creaciones expresadas mediante una serie de imágenes asociadas, con o sin sonorización incorporada, que estén destinadas esencialmente a ser mostradas a través de aparatos de proyección o por cualquier otro medio de comunicación pública de la imagen y del sonido, con independencia de la naturaleza de los soportes materiales de dichas obras».

Actualmente, las obras audiovisuales pueden ser mostradas tanto mediante comunicación pública como mediante la puesta a disposición, derecho que en España están recogidos en el mismo artículo, el 20 TRLPI.

Una de las principales particularidades de este tipo de obra es su autoría. El artículo 87 TRLPI distingue tres: el director-realizador, los autores del argumento, la adaptación si se tratase de este caso y los del guion y los diálogos, cuando los hubiere, así como los compositores musicales de piezas creadas para la obra. En una noticia audiovisual nos podemos encontrar con los dos primeros casos: el director-realizador, asimilables también a los editores de un informativo, a su vez una obra colectiva, y a los de cada pieza informativa concreta, que a su vez puede ser una obra en colaboración o compuesta. Y los autores propiamente dichos, por tanto, de la pieza audiovisual concreta, el periodista que ha redactado, por así decirlo, el «guion» de la noticia, su armazón y contenido, que generalmente además interviene en su presentación, por tanto, nos hallaríamos ante un intérprete-ejecutante.

Otra particularidad de la obra audiovisual es que se presume la cesión de derechos de explotación de la obra en favor del productor, que en el caso de la obra informativa sería la cadena o empresa que la emite o pone a disposición en un sitio web, es decir, el medio de comunicación. O, por decirlo de otra manera, la persona jurídica bajo cuya dirección y supervisión se produce la obra colectiva. De nuevo, esta categoría jurídica adquiere especial relevancia en la producción de obra intelectual informativa. Podría, sin embargo, establecerse cualquier otra cosa, estamos hablando de una mera presunción legal que puede ser revocada –aunque no acostumbra a serlo– mediante pacto en contrario. Recordemos también que los derechos morales quedarían siempre dentro de la esfera personal de los autores individuales. Y que, en un momento dado, las

contribuciones de los autores a la obra compuesta o a la colectiva podrían ser explotadas separadamente, aunque normalmente los contratos entre las partes previenen de esta posibilidad, al menos para evitar competencia desleal.

## 2.6. Particularidades de la obra publicitaria

La protección de la obra publicitaria presenta algunas particularidades que conviene señalar (Tato, 2017). La primera, que hemos de estar a lo que digan dos leyes: el TRLPI 1/1996, que venimos examinando, pero también la Ley general de la publicidad (Ley 34/1988, de 11 de noviembre de 1988, general de publicidad, a partir de ahora, LGP). Esta última, mediante su artículo 23, hace una remisión a la primera (en realidad, a la que estaba vigente entonces, la Ley de propiedad intelectual de 1987, aunque se entiende que ahora se ha de estar a lo que diga la de 1996, y sus posteriores reformas) en todo lo que se refiere a proteger la obra publicitaria mediante el sistema de propiedad intelectual. Lo que dice explícitamente el artículo 23 de la LGP es lo siguiente:

«Las creaciones publicitarias podrán gozar de los derechos de propiedad industrial o intelectual cuando reúnan los requisitos exigidos por las disposiciones vigentes».

Para empezar, para que la obra, de cualquier tipo y también la publicitaria, sea protegible debe ser **original**. Este requisito ya lo hemos abordado con anterioridad, y quiere decir que debe ser la creación propia, no una mera copia, de una persona o personas. Hay poco que añadir al respecto.

Recordemos que el TRLPI reconoce como autor a las personas naturales, aunque con unas ciertas particularidades aplicables a las jurídicas cuando se trata de una obra colectiva. Por centrarnos en la autoría individual, recordemos que, a su vez, la obra audiovisual muestra unas características especiales en cuanto a la autoría. Muchas obras publicitarias son de naturaleza audiovisual, y por tanto, lo que el TRLPI establece respecto a la consideración de autores de la misma debe ser aplicado también a la obra publicitaria audiovisual. Son considerados autores, por lo tanto, el director de la obra –por ejemplo, un anuncio audiovisual; deberíamos incluir en la categoría las creaciones multimedia, entendemos–, el del guion original, adaptación y diálogos, y el de la música original.

Asimismo, el artículo 88 del TRLPI atribuye al productor de la obra determinados derechos de explotación, en concreto los de reproducción, distribución y comunicación pública, dentro del cual debe considerarse subsumido el de puesta a disposición en internet, aunque nada impide que pueda ser negociado separadamente. Se considera, para la obra publicitaria, que el productor de la obra puede ser tanto la agencia de publicidad como el anunciante que contrata sus servicios. Normalmente, lo que se producen son dos cesiones sucesivas: de los autores a la agencia de publicidad, una cesión ya establecida por el TRLPI (una cesión por emplear un tecnicismo jurídico, *ope legis*), sobre todo cuando los autores están contratados laboralmente por la empresa, y de

### Lectura recomendada

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

esta a los anunciantes. Por último, no hay que olvidar que otras personas que intervienen en la obra audiovisual, en este caso publicitaria, deben ver reconocidos sus derechos, en este caso afines: los intérpretes, por ejemplo, actores y actrices y músicos, o incluso los locutores.

Debe entenderse, en todo caso, que los autores, si no se pacta ninguna otra cosa, pueden explotar separadamente cada una de sus aportaciones a la obra colectiva, siempre que dicha explotación no vaya en contra de la normal de la obra colectiva ni entre en competencia con ella.

Por otra parte, y es una cuestión que hemos tratado también, cuando se trata no de una obra individual, o en colaboración, es decir, creada por personas naturales, sino de una obra colectiva, creada por iniciativa –e inversión– de una persona jurídica (artículo 8 del TRLPI), dicha persona jurídica tiene atribuidos una serie de derechos. Una agencia de publicidad es una persona jurídica que muy habitualmente pone en marcha obras colectivas de este tipo, compuestas a su vez por obras individuales. Recordemos, de nuevo artículo 8 TRLPI, que dice:

«Los derechos [se entiende: de explotación económica de la obra] sobre la obra colectiva corresponderán a la persona que la edite y divulgue bajo su nombre».

Dichos derechos de explotación son, salvo que se disponga otra cosa, los derechos de reproducción, distribución, comunicación pública (ha de entenderse también de puesta a disposición en internet) y de transformación de la obra. Este último, como hemos visto, es un derecho importante, porque puede dar lugar a obras nuevas y a explotación de dichas obras, por las que el autor estaría legitimado a solicitar la correspondiente remuneración. Naturalmente, los autores individuales siempre retienen los derechos morales sobre sus obras.

Por tanto, cuando un autor trabaje para una agencia publicitaria, se entiende que los derechos de explotación sobre las obras que produzca bajo las órdenes de aquella han sido cedidos en favor de dicha persona jurídica, o bien en favor del anunciante que contrata los servicios de la agencia de publicidad. Esto es una particularidad muy clara de la obra publicitaria, establecida en este caso por la LGP, no por el TRLPI. El artículo 21 de la LGP dice que:

«Los derechos de explotación de las creaciones publicitarias se presumirán, salvo pacto en contrario, cedidos en exclusiva al anunciante o agencia, en virtud del contrato de creación publicitaria y para los fines previstos en el mismo».

Puede ocurrir, por tanto, que la cesión se produzca en dos casos: mediante un **contrato puntual**, para una campaña o mediante un **contrato laboral** con los creadores, en cuyo caso se aplicaría el artículo 51 del TRLPI, que de nuevo insiste en que ha de suponerse que, salvo pacto en contrario, los derechos de

explotación se considerarán cedidos en exclusiva al contratante. Es lo que se denomina una presunción *iuris tantum*. Es decir, si las partes no disponen otra cosa, se aplica por defecto este precepto legal.

Recordemos, en todo caso, que la cesión exclusiva no quiere decir que se trate de una cesión para todo tipo de usos ni eterna. Por esencia, los derechos de explotación económica están limitados en el tiempo y se consideran, artículo 48 del TRLPI, que solo se pueden utilizar para los fines previstos, por ejemplo, para una determinada campaña publicitaria. Abunda en ello también el artículo 21 de la LGP. Por eso, es conveniente que los autores y las agencias especifiquen en el contrato los límites de esta campaña. También es importante que se establezca cuál será la duración temporal de dicha campaña. Si no se menciona nada, se aplicaría el artículo 43.2 del TRLPI, que limita a cinco años la explotación de la obra. Otra cuestión a negociar, en este caso como en cualquiera de los otros que examinamos en este módulo, hasta qué punto interesa ceder a la persona jurídica contratante la posibilidad de negociar autorizaciones, en este caso no exclusivas, a terceros. Cuando esto se haga, los autores deberían establecer algún tipo de compensación, porque se estaría produciendo una explotación secundaria de sus obras.

### 3. ¿Quién es el autor de la obra comunicativa? ¿A quién protege el derecho de autor?

Hemos ido avanzando algunas nociones sobre quién debe considerarse el autor de los diferentes tipos de obra (Jiménez, 2005). O dicho de otra manera, a quién protege el derecho de autor. Quien paga tiene derechos, pero no es el autor.

Según la legislación española (artículo 5 TRLPI), solo se considera autor «a la persona natural que crea alguna obra literaria, artística o científica», si bien, y esto es importante, se añade en el punto 2 de ese mismo artículo que «se podrán beneficiar (de la protección que la ley concede al autor) personas jurídicas en los casos expresamente previstos», claramente en el caso de las obras colectivas y de las obras audiovisuales.

Esto, sin embargo, no eleva a la categoría de autor a las personas jurídicas, ya que solo las naturales pueden ser consideradas plenamente como tales. Y se presume que es el autor quien firma la obra, por eso es tan importante hacer respetar, digan lo que digan finalmente las empresas o los libros de estilo, el derecho moral de paternidad, así como el de integridad de la obra.

#### 3.1. Autor de la obra individual

Por tanto, en el caso de la obra individual, será el autor de la misma quien decida si firma y cómo lo hace, si con su propio nombre, de forma anónima o mediante seudónimo. En este punto, y por lo que se refiere a la obra periodística, hay algunas particularidades y usos que conviene tener en cuenta.

La primera es que, como ya hemos dicho, normalmente la obra individual, en el caso de la información de actualidad, se inserta en una obra colectiva mayor, aunque pueda ser en formato digital fácilmente segregada y explotada de maneras muy diversas. Por lo tanto, puede y es habitual que en los contratos o libros de estilo la empresa establezca cuándo y cómo considera que se han de **firmar las informaciones**. En algunos casos, mediante el nombre del periodista, en otros, atribuyendo la información a las agencias que la distribuyen, y en otros, atribuyéndola de forma genérica al medio que la pública.

En puridad, correspondería a cada autor decidir cómo firma las informaciones y si lo hace o no. Consuetudinariamente, lo lógico es que no emplee seudónimos ofensivos o inapropiados para el objeto social de la empresa que lo contrata. En ocasiones, podría decidir no firmar las informaciones con su propio nombre, y en principio la empresa no puede obligarle a ello de manera alguna, si bien se considera que las informaciones firmadas ofrecen más credibi-

#### Lectura recomendada

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: Universidad de Alcalá de Henares. Servicio de Publicaciones.



lidad. Es posible que el periodista reclame que se retire su nombre de informaciones que, lícitamente, la empresa ha modificado posteriormente, introduciendo cambios sustanciales, argumentando que eso podría ir en contra de la reputación profesional del autor. Cuando se produce a modificar la información original por acesión, estaríamos hablando de una obra en colaboración o de una obra compuesta, dependiendo de los casos, y en ambos habría que establecer con claridad cuál es la aportación de cada autor. Normalmente, los medios de comunicación proceden así, por ejemplo, con un breve párrafo añadido al final o introducido en otra información, a la que puede servir como complemento. El autor, recordemos, guarda siempre para sí los derechos morales, irrenunciables e inalienables, de paternidad y de integridad de la obra, aplicables, con unas ciertas modulaciones asumibles por las partes debidas a la propia naturaleza del trabajo periodístico, a la obra informativa.

Técnicamente, la firma puede aparecer tanto visible en el texto como, en formato digital, en los metadatos que acompañan a los archivos html, una de cuyas etiquetas es precisamente la de «autor».

### 3.2. Autor de la obra en colaboración

La obra en colaboración, muy típica también del trabajo periodístico, debería establecer cuál es la **contribución de cada coautor**. Cuando se trata de una obra unitaria hecha por varios autores, en el periodismo lo normal es que todas esas personas firmen el conjunto de la obra. Lo que dispone el artículo 7 TRLPI es que:

«Los derechos sobre una obra que sea resultado unitario de la colaboración de varios autores corresponden a todos ellos».

Cuando se trata de una obra compuesta, en cambio, también un caso típico del periodismo, por ejemplo, una pieza informativa que incluye un texto y una fotografía, o una infografía o incluso un vídeo, cada autor debe o tiene la potestad de firmar su propia aportación, incluso porque en un momento dado y si no se ha dispuesto lo contrario en el contrato con la empresa cesionaria de los derechos de explotación de la obra, sería posible la explotación por separado de cada contribución, siempre que, como dice el artículo 7.3 TRLPI:

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

También podría cada autor reunir después cada una de esas obras con otras de la misma naturaleza (por ejemplo, fotografías informativas de un mismo autor) en forma de colección. Derecho que, recordemos, en principio retiene cada autor.

### 3.3. Autor de la obra colectiva

En principio, la obra colectiva no es fruto de una persona natural, sino de una persona jurídica, como establece el artículo 8 TRLPI. Los autores lo son de las diferentes aportaciones que se funden «en una creación única y autónoma para la cual haya sido concebida». Los derechos –de explotación económica– de la obra colectiva corresponden a la persona que coordina el trabajo, es decir y por ejemplo, al medio de comunicación. Esto no le confiere la condición de autor, para empezar porque habría que examinar con más detenimiento cómo podría una persona jurídica reclamar derechos morales, en esencia personales y que corresponderían a los autores como personas naturales, aunque su defensa sí puede ser encomendada a la persona jurídica responsable de la obra colectiva.

La ley establece, como es lógico, que cada uno de los autores de las muy diversas contribuciones u obras individuales que a su vez componen la obra colectiva no puede reclamar derechos sobre el conjunto de la obra colectiva. Eso solo corresponde a la persona, natural o jurídica, responsable última de la obra colectiva. Sin embargo, hay que recordar que los autores de las contribuciones individuales, salvo pacto en contrario, sí podrían explotar de otra forma sus obras, por ejemplo, mediante el derecho de colección. Cómo se negocie esa explotación separada de la obra individual es objeto de múltiples posibilidades y debería ser fruto de una negociación entre las partes.

Teóricamente, cabría pacto en contrario a la presunción legal *ex* artículo 8 TRLPI de que los «derechos sobre la obra colectiva corresponden a la persona que la edita y divulga bajo su nombre» (entendemos siempre los derechos de explotación económica, más difícilmente los morales), pero dicho pacto en contrario, lógicamente, no suele producirse: la persona jurídica, o natural incluso, que pone en marcha la empresa que produce una obra colectiva, máxime si es una publicación periódica (generalmente, bajo un título estable, protegido como parte de la obra, artículo 10.2 TRLPI), reserva para sí esos derechos. Eventualmente, sin embargo, podrían cederse o transferirse.

## 4. La reforma europea: el *press publishers' rights* (y otros)

En septiembre del 2016, después de haber lanzado una consulta pública sobre el tema, la Unión Europea dio a conocer el primer borrador de lo que en abril del 2019 acabó aprobándose con el nombre de **Directiva sobre derechos de autor y derecho afines en el mercado único digital**, o **Directiva 2019/790**. Algunos de sus artículos, que examinaremos en las páginas siguientes, afectarán muy directamente a las obras periodísticas y a sus autores una vez se implementen en los diferentes Estados miembros de la Unión Europea y pasen a formar parte de sus respectivas leyes de propiedad intelectual. Principalmente, el artículo 15 de la **Directiva**. De momento, tenemos ya algunos indicios de cómo podría incorporarse esa disposición a los diferentes países de Europa, toda vez que Francia lo hizo en julio del 2019. También hay algunas decisiones jurisprudenciales recientes que afectan a esta cuestión, en general: el Tribunal de Justicia de la Unión Europea declaró el 12 de septiembre del 2019 que el derecho afín para los editores de medios de comunicación frente a los agregadores de contenidos, que se aprobó en la Ley de propiedad intelectual alemana en el 2013-2014, y del que ya hemos hablado, debe considerarse inaplicable por razones formales. Recordemos que un derecho similar, y todavía más leonino (se configuró nada menos que como irrenunciable) se incorporó al TRLPI español en el 2015 y motivó que Google News dejase de operar en nuestro país (Díaz-Noci, 2016a, pág. 27).

### 4.1. El alcance de la reforma

El camino hasta la aprobación de la Directiva ha resultado de todo menos pacífico. Desde su inicio, se han producido discusiones que han llegado hasta la opinión pública, con intensas campañas de *lobby* tanto por parte de los grandes editores de prensa –fundamentalmente News Media Europe, una asociación de grandes diarios, entre ellos el grupo español Vocento, que se escindió de la European Newspaper Publishers' Association (ENPA)– como por parte de los GAFAs, muy especialmente Google, contra quien va dirigida la reforma legal que ha acabado materializándose en el mencionado artículo 15, dirigido a la «protección de las publicaciones de prensa en lo relativo a los usos en línea», tal es su enunciado, dentro de lo que se ha denominado «derechos sobre publicaciones» (Díaz-Noci, 2016b). Los principales puntos de desacuerdo que han quedado mitigados en la redacción final han sido varios.

#### Lectura recomendada

Javier Díaz-Noci (2016a). *Press publishers and copyright. A meeting organized by Open Forum Europe and held at the European Parliament, Brussels, October 17, 2016a*. Bruselas: Open Forum Europe. [http://www.openforumeurope.org/wp-content/uploads/2016/10/PRESS-PUBLISHERS\\_RIGHT\\_OPENFORUMEUROPE.pdf](http://www.openforumeurope.org/wp-content/uploads/2016/10/PRESS-PUBLISHERS_RIGHT_OPENFORUMEUROPE.pdf).

1) Primero, hasta qué punto ese derecho no limitaría la libertad que el propio Tribunal de Justicia de la Unión Europea, sobre todo a través del denominado caso Svensson, otorgó al **uso de enlaces**, siempre que se haga de buena fe. Por mucho que grupos de prensa como el propio Vocento hayan intentado limitar el *deep linking* y hacer que todos los vínculos lo fuesen a la portada, y no a la información concreta, chocan con esta doctrina.

2) En segundo lugar, y es quizá una amenaza de mayor calado, se habló de que el artículo 15 de la Directiva limitaría la **libertad de expresión**. No es un tema menor. Incluso en septiembre del 2017, nada menos que el Max Planck Institute for Innovation and Competition criticaba en una carta abierta cómo la primera redacción de la propuesta de Directiva podía suponer una incertidumbre legal y una amenaza a la libertad de expresión e información, y abogaba en cambio por una simplificación de los mecanismos de licencias a nivel europeo. En general, se ha cuestionado si la reforma en su conjunto, incluidas las previsiones adoptadas sobre los contenidos generados por los usuarios, no sería contraproducente para los intereses generales de los ciudadanos (Díaz-Noci, 2018). En este último punto, es muy cuestionable que el legislador europeo le haya hecho caso, porque la Directiva, al menos desde nuestro punto de vista y para las cuestiones que nos atañen, refuerza precisamente el sistema de licencias, véase por ejemplo todo el artículo 12, extenso, de la Directiva, dedicado a la «concesión de licencias colectivas con efecto ampliado».

3) En tercer lugar, se ha planteado hasta qué punto era necesario un nuevo derecho para los editores de prensa, cuando por ejemplo, en Francia, tras la denominada *loi Hadopi*, ya existía un derecho que otorgaba de forma automática, salvo pacto en contrario, los derechos de explotación económica de las obras creados por sus asalariados a las empresas periodísticas. ¿Hasta qué punto era necesario un nivel más de derechos, y un derecho además de explotación secundaria de la obra, a otorgar a quien no puede ser considerado autor? ¿Cómo se protegerían los derechos de los autores propiamente dichos? Como hemos visto, esas mismas cuestiones han ido apareciendo en otras reformas legales, como la que tuvo lugar en España para hacer que las actividades de *press clipping* otorgasen derechos a los editores de prensa, y solo secundariamente a los autores de las informaciones que en realidad se reproducen (Díaz-Noci, 2004). Es importante proteger los intereses de los autores individuales, que en el fondo son el eslabón más débil de la cadena de producción informativa, juntamente, por cierto, con los usuarios, sobre todo aquellos que a su vez crean informaciones, aunque sean derivadas.

#### Lectura recomendada

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

#### Lectura recomendada

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». *Atas #6OBCIBER* (págs. 381-395). Oporto: Universidade do Porto.

#### Lectura recomendada

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

4) Y, finalmente y sobre todo, aunque haya fundamento para las pretensiones de hacer que Google y otros grandes agentes americanos paguen, no queda claro que, si esto se consigue y mucho menos por esta vía, vaya a arreglar por sí sola la crisis de los medios de comunicación impresos. En esa línea se han manifestado, por ejemplo, informes como el del grupo dirigido por los catedráticos británicos Ian Hargreaves y Lionel Bently, y redactado por Richard Danbury en el 2016, que insisten en la dimensión de la crisis del periodismo, o mejor dicho, de la industria de medios, y en las dificultades de solventar esos problemas estructurales mediante reformas legales puntuales como estas referidas a la propiedad intelectual (Danbury, 2016).

#### Lectura recomendada

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. Derechos afines para los editores de prensa: el artículo 15 de la Directiva

Examinemos qué es lo que ha dispuesto la Unión Europea y cómo han comenzado a implementar a nivel nacional esas disposiciones algunos países europeos.

La Directiva comienza, en su preámbulo, expresando su preocupación por la «rápida evolución tecnológica» y cómo puede afectar al derecho a tener libre competencia en el mercado.

Para ello, plantea una estrategia doble: una mayor (y suponemos mejor) armonización de las legislaciones de los Estados miembros, y reforzando tanto los derechos de autor como los derechos afines o conexos (también conocidos en inglés como *ancillary rights*). Para ello, además de algunas disposiciones de calado sobre minería de datos, preservación de patrimonio digital o las adoptadas para aclarar y reforzar la excepción de cita para fines educativos o de investigación, la Unión Europea ha aceptado incluir disposiciones que permitan, si los diferentes agentes sociales tienen la habilidad de hacerlo, que todo el mundo involucrado en la creación, producción y difusión de obra intelectual reciba una compensación equitativa.

El artículo más directamente relacionado con la obra periodística es, como hemos dicho, el 15. Su redactado dispone que las «editoriales de publicaciones de prensa» (significativamente se escoge esta denominación, no la más extensa de «medios de comunicación») deberán obtener un reconocimiento de un derecho específico por parte de los Estados miembros. De este derecho a recibir una compensación económica por parte de los agregadores de noticias, como Google News, por el uso de las obras publicadas por los editores de prensa quedan exentas las publicaciones periódicas científicas o universitarias.

Con dos excepciones importantes, que no figuraban en el borrador original y que se han redactado en el texto final: dichas disposiciones no se aplicarán al uso privado o no comercial de los contenidos de los editores de prensa ni

a los actos de hiperenlace o vínculo, ya que, como hemos dicho, otra cosa contravenía la doctrina bien establecida del Tribunal de Justicia de la Unión Europea. Además, en el punto 2 del artículo 15 de la Directiva se dice que este nuevo derecho afín para los editores de prensa no puede modificar ni afectar a los derechos de los autores: periodistas, fotógrafos, ilustradores, etc. Y en concreto, no les puede privar del derecho a explotar su obra de otras formas, por ejemplo, mediante el derecho de colección que un ordenamiento como el español les reconoce expresamente. Es importante, por tanto, que dicho derecho no sea cedido por los autores a las empresas o no lo sea si, al menos, no media una compensación económica justa. En este punto, la compensación equitativa, insiste el artículo 15.5, cuando indica a los Estados miembros que tengan en cuenta, a la hora de implementar este derecho afín para los editores de prensa, que los autores deben recibir una parte «adecuada» (no se indica qué se entiende por tal) de los ingresos que los editores de prensa reciban, y el artículo 16, que indica que cuando los autores hayan cedido la licencia de un derecho de explotación a una empresa, esto es título jurídico suficiente para que a su vez dicha empresa pueda reclamar una parte de esa compensación.

Este derecho a los editores de prensa (y después de una cierta presión, extendido a las agencias informativas) tiene un alcance mucho más limitado que los derechos de autor propiamente dichos. Expira al cabo de dos años, a contar desde el 1 de enero del año siguiente al de la primera publicación de la obra. Esto impediría que se pueda reclamar esa compensación indefinidamente, argumentando por ejemplo que, al permanecer en la hemeroteca digital, la obra está vigente en el mercado.

### **4.3. La implementación del artículo 15 a nivel nacional. El caso francés**

El primer Estado miembro de la Unión Europea que ha incorporado estas disposiciones en su Ley de propiedad intelectual ha sido Francia, el 24 de julio del 2019, con entrada en vigor el 24 de octubre del 2019. Básicamente, el redactado de la reforma francesa sigue casi literalmente la Directiva, y amplía otros, lo que resulta especialmente interesante. Por ejemplo, habla no solo de editores de prensa, sino de «empresas de comunicación audiovisual, editores de prensa y agencias de prensa». También establece que quedan exentos de la aplicación de este derecho afín los actos de hipervínculo y los *snippets* o «palabras aisladas o extractos cortos extraídos de una publicación de prensa», es decir, lo que normalmente ofrece Google News antes de facilitar el enlace a la información original. Los *snippets* ya habían sido objeto de polémica cuando se reformó la Ley de propiedad intelectual alemana, la primera que intentó otorgar un derecho afín a los editores de prensa.

La implementación francesa de la Directiva europea también insiste en que las empresas solo disponen –no podía ser de otra manera– de derechos patrimoniales. Y lo que es más importante, define más extensamente que la Directiva lo que debe entenderse tanto por editor de prensa, la persona «física

o moral» (es decir, la persona jurídica) que edita una publicación o un servicio de prensa, y lo que debe entenderse por publicación de prensa, «una colección compuesta por obras literarias de naturaleza periodística, que puede igualmente comprender otras obras u objetos protegidos», es decir, todo tipo de material multimedia: imágenes, vídeos, infografías. La propia Directiva, en su preámbulo (punto 55) incluye en esta categoría no solo las publicaciones diarias, semanales o mensuales en papel, sino también las publicadas en línea. El legislador francés cuida especialmente a las empresas informativas, a pesar de ser consciente de que las personas jurídicas participan en la creación de la obra intelectual pero no se les considera autores de la misma, y establece que para fijar el montante de la remuneración que hay que obtener de los agregadores de noticias, se debe tener en cuenta la inversión y la importancia y contribución de los medios de comunicación en la vida pública del país. En el fondo, y como reconoce el punto preliminar 60 de la Directiva, se trata también de proteger la inversión económica. La Directiva entiende que los agregadores de noticias pueden privar de unos ingresos extra a los editores de medios de comunicación, siguiendo así la teoría del lucro cesante y el daño emergente: se pierde tanto como se deja de ganar. Si los usuarios acceden a las noticias a través de quienes no son sus productores, estos dejan de obtener los ingresos que les corresponderían.

¿Cómo pueden hacer valer los editores de prensa y las agencias de prensa este derecho a recibir una compensación económica de los agregadores de noticias? Una vez más, mediante una licencia o autorización. Cada vez que un agregador quiera reproducir una parte de una pieza periodística publicada en una obra colectiva en un periódico, debe solicitar la autorización a sus editores. Para facilitar esto, la ley francesa prevé que los editores de prensa puedan hacerlo a través de organismos de gestión. Por tanto, se contempla la posibilidad de que los editores de prensa creen asociaciones conjuntas para gestionar sus derechos. Recuerda otras iniciativas pasadas, como la fallida Gede prensa, creada para defender los derechos de propiedad intelectual de varios grupos de prensa españoles, mediante una licencia colectiva sobre la obra colectiva (y de paso, cada una de las obras individuales que la componen) que el Tribunal de Defensa de la Competencia español anuló en mayo del 2004.

La reforma francesa prevé que, para fijar el montante de esa compensación, se forme una comisión formada por representantes del Estado, de las empresas informativas y de las asociaciones profesionales de periodistas, y que estas últimas reciban al menos una vez al año información puntual de los mecanismos de compensación a los autores.

La reforma francesa de la legislación de propiedad intelectual de julio del 2019 menciona especialmente a los periodistas e insiste en la obligatoriedad de que reciban una parte apropiada de esa compensación, bien a través de las condiciones que los trabajadores hayan pactado con la empresa, es decir, contractualmente, bien mediante los convenios colectivos. Es evidente que esta es la vía por la cual los profesionales de la información deben obtener mejores condiciones: el contrato y los convenios colectivos.

#### **Asociacionismo profesional**

Francia es un país con un asociacionismo profesional, también de este colectivo, mucho más fuerte que en España, lo que le otorga un mayor peso negociador.

Este movimiento en Francia, pionera entre los Estados miembros de la Unión Europea, no ha estado tampoco exento de polémica. Por un lado, Google, como ya hizo en España a finales del 2014, se ha negado a aceptar esta medida. El gigante estadounidense argumenta que se limitan a mostrar *snippets* y enlaces, que están explícitamente exentos de la remuneración compensatoria de que hablamos, y que de hecho facilitan tráfico a los medios de comunicación. A pesar de todo, anunció en octubre del 2019 que no ofrecería estos extractos ni vídeos procedentes de las noticias publicadas por los medios de comunicación tampoco en el buscador, salvo autorización expresa de los propios editores. Pero en todo caso, anunció Richard Gingras en nombre de Google, rehúsan pagar a las empresas informativas, argumentando que ellos no producen nada, solo dan enlaces a la obra original. Otros agentes podrían estar afectados, como Apple News, aunque su peso es mucho menor en este mercado informativo. Facebook, en cambio, ha mostrado por el momento una postura más conciliadora, ya que en realidad ellos tienen un modelo de negocio diferente al de Google, Facebook en realidad provee a los editores de una plataforma de edición donde ellos voluntariamente colocan sus contenidos. Le han respondido, en noviembre del 2019, la Alianza de la prensa de información general, el Sindicato de Editores de Revistas, la Federación de Prensa Especializada y la Agencia France Press, que presentaron una demanda ante el tribunal de la competencia francés, quien a su vez anunció la apertura de una investigación a Google por abuso de posición dominante, para empezar de las búsquedas en internet. Los editores de prensa son conscientes de que más de la mitad del tráfico que obtienen sus medios digitales proviene precisamente de las búsquedas mediante Google. El 23 de octubre del 2019 más de 800 personalidades de la cultura francesa reclamaron a los poderes públicos que contraatacasen a la ofensiva de Google. Los poderes políticos han apoyado a los editores de prensa. El presidente de la República francesa, Emmanuel Macron, y Angela Merkel, cancillera alemana, se han mostrado también partidarios de la medida que haría que Google pagase: «Francia y Alemania reafirman su determinación a poner en marcha la nueva Directiva y asegurar el pleno respeto de las reglas», afirmaron el 16 de octubre del 2019.



La batalla no ha hecho más que comenzar. A quienes defienden la conveniencia de estas medidas, como Sammy Katz, director de France Press en Bagdad, y otros 78 periodistas, que creen que lo que hace Google es «predatorio» (Katz, 2018) les han respondido otros profesionales, para los cuales se podría provocar un efecto inverso, y recuerdan que un derecho afín o conexo es un derecho complementario del derecho de los autores, que solo proporcionaría a los editores ingresos complementarios, y que dicho derecho afín no tiene ninguna vocación de beneficiar a los verdaderos autores: los periodistas.

Giuseppe de Martino, presidente de la Asociación de Servicios de Internet Comunitarios (ASIC) alerta acerca de la posibilidad de que (traducimos)

«al contrario, este derecho afín tendrá como efecto alterar el derecho de autor del periodista al diluirlo en una nueva estructura compuesta» (de Martino, 2018).

En efecto, ¿qué es primero? ¿La obra unitaria de cada uno de los trabajadores o autores de una empresa periodística, o la obra colectiva resultante? Este derecho afín concede derechos accesorios a los editores de la segunda, aunque respeta los derechos de las obras originales. Y la **Federación Internacional de Periodistas** se ha congratulado de este derecho que haría que Google, y otros gigantes, pagasen. Recordemos lo que dice la propia Directiva (punto preliminar 72):

«Los autores y los intérpretes o artistas o ejecutantes suelen estar en la posición contractual más débil».

Por supuesto, también los intérpretes, que puede haberlos eventualmente en el caso de la obra informativa como ya hemos explicado, tendrían también derecho a una remuneración «adecuada y proporcionada», según el artículo 18 de la Directiva.

#### 4.4. Los contenidos producidos por los usuarios: el artículo 17 de la Directiva

Otras disposiciones de la Directiva Europea 2019/790 pueden resultar también de aplicación en el caso de la obra informativa. La Directiva quiere proteger a los autores de obras originales cuyos derechos puedan conculcar las obras derivadas que las utilizan sin permiso. Para ello, ha establecido otra medida polémica: que el control recaiga sobre los proveedores de servicios, ya que

«facilitan una gran cantidad de contenidos protegidos por derechos de autor cargados por sus usuarios [y que] se han convertido en una fuente principal de acceso a los contenidos en línea».

Esto se concreta en el artículo 17 de la citada Directiva, que establece que los proveedores de servicios en línea deben recabar una autorización de forma obligatoria de los titulares de derechos o hacerse responsable de las posibles infracciones y sus consecuencias, por lo tanto, cuando un usuario «suba» cualquier tipo de obra a esos servidores, sea propia o derivada a partir de otras, de-

#### Lectura recomendada

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

#### Lectura recomendada

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

be asegurarse de que es el titular de los derechos de explotación económica de la obra. Esta presunción en contrario puede ir en detrimento de la agilidad y la innovación, como ya hemos explicado antes al exponer cómo la legislativa canadiense incluyó por primera vez un derecho de los usuarios en su ley de derechos de autor, pero lo hizo de forma limitada y condicionada a que se trate de una explotación no comercial de la obra y a que pueda estar limitada mediante reserva de derechos por los productores (no siempre los autores, cuando se trata de una obra colectiva, como un periódico) de la obra original. Al menos, hay excepciones que la Directiva reconoce –necesariamente, porque la propia Unión Europea ha establecido una lista plagada de excepciones que los Estados miembros deben contemplar en sus leyes de propiedad intelectual–, por ejemplo cuando los usuarios, a la hora de llevar a cabo una obra derivada, por ejemplo un meme, se amparen en el derecho de cita o de parodia, caricatura o pastiche.

Queda por ver, sin embargo, cuál es el recorrido y el margen de aplicación real de la Directiva en los diferentes Estados miembros, y en concreto en España. Si el objetivo es hacer que Google pague, las dificultades prácticas son evidentes.

Si se trata de hacer frente a la crisis de la industria de medios de comunicación, las medidas legales no serán suficientes por sí mismas para remediar lo que parece inevitable: un cambio de paradigma en el negocio de la información.

Habrà que ver cómo se van incorporando los artículos 15 y 17 de la Directiva 2019/790 en cada ley nacional de propiedad intelectual. Asimismo, qué capacidad de negociación tendrán los actores implicados, empresas, profesionales y usuarios, lo cual tiene que ver con la fortaleza o debilidad de las asociaciones profesionales, por ejemplo, y su capacidad para negociar en términos de igualdad contratos, convenios colectivos o sectoriales. Del mismo modo, habrá que ver cuáles son las diferencias de actuación y reacción entre los denominados *major players* (grandes empresas y grupos comunicativos) y los *minor players*, otras empresas informativas, nativas digitales sin la rémora de afrontar costes de producción y distribución de un producto, el impreso, que les puede otorgar un valor de marca al que no pueden renunciar, pero les hace incrementar los costes de producción frente a la, en principio, más ágil estructura digital.

## Bibliografía

- Barberán Molina, P. J.** (2010). *Manual práctico de propiedad intelectual*. Madrid: Tecnos.
- Bercovitz Rodríguez-Cano, R. (coord.)** (2001). *Manual de propiedad intelectual*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Bercovitz Rodríguez-Cano, R. y otros** (2006). *Las reformas de la Ley de propiedad intelectual*. Valencia: 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 OpenForum Europe and held at the European Parliament, Brussels, October 17, 2016*. Bruselas: Open Forum Europe. [http://www.openforumeurope.org/wp-content/uploads/2016/10/PRESS-PUBLISHERS\\_RIGHT\\_OPENFORUMEUROPE.pdf](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, págs. 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* (págs. 381-395). Oporto: 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: Universidad de Alcalá de Henares. Servicio de Publicaciones.
- Katz, Sammy** (2018). «Accorder à la presse des "droits voisins" en ligne: une question de vide ou de mort». *Le Monde*, 26 de agosto de 2018.
- Martino, Giuseppe de** (2018). «Le droit voisin est une hydre à multiples têtes». *Le Monde*, 7 de septiembre 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*. Bruselas, París: Bruylant.
- Tato Plaza, A.** (2017, enero). «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, págs. 121-139).

