

## IV EDICIÓN

Hacia un nuevo modelo de promoción  
y fomento del audiovisual iberoamericano

### MESA REDONDA Nº 4

La Propiedad Intelectual en el contexto de los nuevos modelos de negocios.  
El licenciamiento colectivo como nueva oportunidad de negocio.

Una parte sustancial de lo que en los últimos años hemos conocido como los “**nuevos modelos de negocio**” para la publicación, exhibición y distribución de obras y producciones intelectuales (en especial obras musicales, fonogramas y obras audiovisuales) son reguladas legalmente bajo el (aparentemente novedoso) “**Derecho de Puesta a Disposición Interactiva**”.

Lo que a principios de la década de los 90 aparecía ya como un avance irrefrenable de internet como una red de comunicación bidireccional e interactiva, fue en un principio probablemente visualizado en las industrias del entretenimiento, como un inminente peligro para la subsistencia de la producción de obras y producciones intelectuales, las que comenzaban a circular masivamente por la red con total independencia de la voluntad y control legal y contractual de sus titulares (sean estos autores, artistas o productores).

Primero los identificables sitios de almacenamiento para descargas (con una URL visible) y luego las difundidas y difusas redes P2P (donde el almacenamiento y distribución se diluyeron entre centenas y miles de usuarios de las redes) aparecieron como un natural avance tecnológico a las masivas reproducciones fuera del control legal y comercial de los titulares que implicaron el Disco Compacto Regrabable (CD-R) y el Disco Versátil Digital Regrabable (DVD-R).

Las tecnologías de distribución de contenidos en la red se adelantaron quizás una década o más a que los productores y demás titulares de derechos de propiedad intelectual asumieran la real y efectiva posibilidad de estas tecnologías como “**nuevos modelos de negocio**”, que se convirtieran en una nueva ventana de explotación. La ventana ya existía, estaba fuera del control de los creadores y comenzaba a competir deslealmente con las ventanas tradicionales que permitían la existencia de estas industrias.

Es en la misma década de los 90, que los países y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), organismo técnico de las Naciones Unidas para el desarrollo de los derechos sobre bienes inmateriales, asumieron el desafío para que el poderoso, creciente y nuevo canal de circulación de obras intelectuales (que llamábamos en esas épocas entre otras formas como las “autopistas de la información”) , tuviera un marco legal adecuado en las legislaciones nacionales y las relaciones internacionales, que permitieran continuar con el desarrollo de las industrias culturales y el fomento de la producción.

En ese marco, a fines de 1996 y en el seno de la OMPI, se adoptan lo que se conocieron como los “Tratados Internet”, que son:

- Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor (WCT por sus siglas en inglés); y
- Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas (WPPT).

Ambos en vigencia desde mediados de 2002, debido a la importante ratificación de los países miembros de los mismos, vinieron a poner un nombre y marco normativo a la nueva ventana, catalogándola como una subespecie de el **derecho de comunicación al público**, que se terminó redefiniendo como el derecho a autorizar **cualquier** comunicación al público por medios alámbricos o inalámbricos, comprendida "*la puesta a disposición del público de sus obras, de tal forma que los miembros del público puedan acceder a estas obras desde el lugar y en el momento que cada uno de ellos elija*". La expresión citada abarca, en particular, la comunicación interactiva y previa solicitud por Internet, para enmarcarlo como distinto del derecho que regulaba anteriores ventanas, el **derecho de distribución**, que es el derecho a autorizar la puesta a disposición del público del original y los ejemplares de la obra mediante venta u otra transferencia de propiedad.

Primero la industria de la música y ya activamente la industria del cine y el audiovisual, ¿encontraron? o están descubriendo las múltiples caras de estos nuevos modelos de negocios de puesta a disposición interactiva. Este panel solo pretende dar una visión tenuemente jurídica de estos desafíos, intentando enfocar:

- Hay nuevos derechos involucrados de los productores? Como deben negociar los jurídicamente?
- Como encaran estos derechos y quienes son jurídicamente los “nuevos distribuidores”?
- Que nuevos aspectos jurídicos se involucran con la nueva mirada del público?
- Hay nuevas formas jurídicas para que los productores independientes puedan equilibrar el peso de los grandes productores?
- Siendo definido jurídicamente como una especie del “derecho de comunicación al público”, estamos más cerca de la distribución tradicional o de formas novedosas de gestión colectiva (no necesariamente encarada por las tradicionales Sociedades de Gestión)?

Es nuestra intención abrir las posibilidades del debate (que son esencialmente estrategias comerciales), aportando la visión de expertos jurídicos del negocio.