

SITUACIÓN DE LOS ARTISTAS INTÉRPRETES MUSICALES



Universidad de Guanajuato

División de Ciencias Económico Administrativas

Situación de los Artistas Intérpretes Musicales Mexicanos y el Comercio Internacional

Tesis que para obtener el título de Licenciado en Comercio Internacional

Presenta: *Ariel Corona Parra*

Dirigida por: *Dr. Salvador Francisco Ruiz Medrano*

Guanajuato, Agosto 2015

SITUACIÓN DE LOS ARTISTAS INTÉRPRETES MUSICALES

A todas aquellas almas que se cruzaron en mi senda y dejaron atrás su esencia, ya sea de manera involuntaria o con toda la intención de dejar una marca, forman parte de mí y conformarán siempre mis creaciones intelectuales.

A ustedes, mi voluntad y mi espíritu.

A ustedes, gracias.

“Si en la otra vida no hubiera música, habría que importarla.”

Doménico Cieri Estrada (1954-) Escritor mexicano

Un especial agradecimiento a la Universidad de Guanajuato por la aprobación y apoyo al proyecto titulado “Derechos de autor, contratos de artista/ejecutante musical y mercado del arte. Una visión actual desde la perspectiva jurídico-económica”, con número de proyecto: 407/2014, nacido de la Convocatoria Institucional de Investigación Científica 2014 del que esta tesis forma parte.

Contenido

| | |
|---|----|
| 1. Conociendo los Derechos | 5 |
| 1.1 De la Propiedad Intelectual y el Derecho de Autor | 5 |
| 1.1.1 Derecho de autor y derechos conexos. | 9 |
| <i>1.1.2 Copyright.</i> | 13 |
| 1.2 Antecedentes y Normativas Internacionales | 15 |
| 1.2.1 Del GATT a la OMC. | 16 |
| 1.2.2 Derecho internacional. | 19 |
| 1.3 Tratados de Libre Comercio y las Importaciones Paralelas | 27 |
| 1.3.1 TLCAN. | 32 |
| 1.3.2 TLCUEM. | 33 |
| 2. «El Negocio» de la Música y su (In)tangibilidad | 35 |
| 2.1 Modelos de Negocio Actuales; la Era Móvil Digital | 39 |
| 2.1.1 Online stores. | 41 |
| 2.1.2 Servicios de radio <i>premium</i>. | 42 |
| 2.1.3 Redes sociales. | 45 |
| 2.2 Piratería, <i>Fair Use</i> e Intercambio de Archivos Digitales | 47 |
| 2.2.1 Derecho de copia privada versus DRM. | 48 |
| 2.2.2 Casos. | 56 |

| | |
|--|----|
| SITUACIÓN DE LOS ARTISTAS INTÉRPRETES MUSICALES | 2 |
| 3. Yo, Mexicano | 58 |
| 3.1 Legislación y el Comercio en Práctica Dentro del Ámbito Musical | 59 |
| 3.1.1 Ley federal del derecho de autor. | 61 |
| 3.1.2 Las opciones: distribución y contratación. | 63 |
| 3.1.3 El «infame» contrato; poder de negociación de las partes. | 69 |
| 3.2 Conclusiones y Selección de un Modelo a Seguir | 72 |
| Referencias | 75 |

Situación de los Artistas Intérpretes Musicales Mexicanos y el Comercio Internacional

A pesar de lo que pudiera sugerir la concepción popular, el panorama o situación de un músico rara vez está regido por la suerte ni es el único elemento presente y atractivo el convertirse en estrella de rock; sino uno lleno de opciones y trabajo, basado en perseverancia, disciplina y cuidado al detalle, así como también uno con riesgos e incertidumbres. Como cualquier otra profesión u ocupación, la del músico tiene que desarrollarse de manera informada y siempre con un plan de desarrollo profesional en mente.

Son pocas las propuestas o esfuerzos que han explorado la situación del artista-intérprete musical considerando tanto el aspecto legal como el comercial, aún menos en el caso particular del mexicano.

Tomando en cuenta el contexto legal y comercial de dicho caso, el problema a tratar en este trabajo de tesis gira alrededor de dos cuestiones clave:

- a) Cómo ser un artista-intérprete musical independiente y su plausibilidad; y
- b) ¿Es responsable el comercio internacional de quiénes resultan beneficiados por las normas jurídicas de propiedad intelectual dentro de la industria musical?

Siendo así, el problema específico a considerar es que la situación de los artistas intérpretes mexicanos es poco entendida tanto por los mismos músicos como en general; la estrategia de investigación usada para este documento presenta cuestiones internacionales de propiedad intelectual como primer acercamiento al problema, aunando después el estudio y relación de factores comerciales con la parte legal anterior. Finalmente, se aborda el caso particular del músico mexicano y las leyes que lo rigen, así como los obstáculos y oportunidades

que se presentan en diferentes circunstancias del ámbito comercial, como la distribución y la contratación.

Si lo que se desea es empezar a entender la situación mencionada, así como informarse acerca de caminos diferentes al “establecido” u oportunidades poco explotadas por la industria musical nacional actual, este documento servirá al músico mexicano como guía general y resultará de especial importancia si tiene las cualidades de autor-intérprete independiente.

En breve, conocer tanto el contexto legal como el comercial, tener cierto grado de certeza en cuanto a lo que se enfrentará y el conocimiento de sus opciones, permitirá al músico mexicano entender mejor la situación de los artistas intérpretes musicales dentro del país, así como el por qué del fracaso de tantos de ellos y cómo disminuir la posibilidad de dicho fracaso.

1. Conociendo los Derechos

El hecho de conocer acerca de cualquier tema o situación necesariamente lleva a informarse al respecto, idealmente desde sus orígenes o lo más cercano a ellos como sea posible. Con ese propósito en mente, se verán de manera general los conceptos básicos pertinentes dentro del marco de la propiedad intelectual; también, han sido aglutinados en este primer capítulo los antecedentes que sería conveniente revisar para entender la situación actual del derecho de autor, y su reconocimiento, a nivel internacional; por último, este capítulo hablará de la relación que existe entre el comercio internacional y la propiedad intelectual, así como de los instrumentos internacionales que la respaldan y de las problemáticas que surgen alrededor de la misma.

1.1 De la Propiedad Intelectual y el Derecho de Autor

Para empezar a sentar las bases, el primer concepto a revisar es el de propiedad intelectual y su relación con el derecho de autor. Intentando esclarecer dicha relación, y la importancia en general de la protección de propiedad intelectual, he aquí un fragmento del archivo de la OMPI¹:

La legislación de derecho de autor forma parte del cuerpo más amplio del Derecho conocido con el nombre de Derecho de la propiedad intelectual. Por “propiedad intelectual” se entiende, en términos generales, toda creación del intelecto humano. Los derechos de propiedad intelectual protegen los intereses de los creadores al ofrecerles prerrogativas en relación con sus creaciones.

En el Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (1967) consta una lista de objetos que se prestan a la protección por conducto de los derechos de propiedad intelectual, a saber: las obras literarias

¹ Siglas en español para Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO por sus siglas en inglés).

artísticas y científicas; las interpretaciones de los artistas intérpretes y las ejecuciones de los artistas ejecutantes, los fonogramas y las emisiones de radiodifusión; ...y “todos los demás derechos relativos a la actividad intelectual en los terrenos industrial, científico, literario y artístico”.

La propiedad intelectual tiene que ver con la información o los conocimientos que pueden incorporarse en objetos tangibles de los que se puede hacer un número ilimitado de ejemplares y en todos los lugares del mundo. La propiedad no reside en dichos ejemplares, antes bien, en la información y conocimientos reflejados en los mismos. En ocasiones, los derechos de propiedad intelectual son también objeto de determinadas limitaciones, como en el caso del derecho de autor y las patentes, que son vigentes durante un plazo determinado.

De la importancia que reviste proteger la propiedad intelectual se deja por primera vez constancia en el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, de 1883, y en el Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas, de 1886...

Dos razones fundamentales pueden aducirse en general para explicar la necesidad de que los países promulguen leyes de protección de la propiedad intelectual. En primer lugar, a fin de amparar en las leyes los derechos morales y patrimoniales de los creadores respecto de sus creaciones y los derechos del público para tener acceso a las mismas. En segundo lugar, con miras a promover la creatividad y a los fines de la difusión y la aplicación de los resultados de la misma, así como para fomentar prácticas comerciales leales que contribuyan a su vez al desarrollo económico y social.

...La propiedad intelectual se divide esencialmente en dos ramas, a saber: la propiedad industrial..., y el derecho de autor, que se aplica a las obras literarias y artísticas. (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual [OMPI], pp. 3-4)

En lo que respecta a los derechos de propiedad intelectual, muchas veces se les compara con otros derechos de propiedad (sin entrar en detalles en cuanto al concepto de propiedad y basado de nuevo en el archivo de la OMPI), en el sentido de que:

...permiten al creador o titular de una patente, marca o derecho de autor, beneficiarse de su obra o inversión. Estos derechos figuran en el artículo 27 de la Declaración Universal de Derechos Humanos, donde se establece el derecho a beneficiarse de la protección de los intereses morales y materiales resultantes de la autoría de toda producción científica, literaria o artística. (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual [OMPI], p. 3)

Siguiendo ahora con la rama (de la propiedad intelectual), que concierne especialmente a los creadores de las llamadas obras del espíritu, de derecho de autor:

...se aplica a las creaciones artísticas como los libros, las obras musicales, las pinturas, las esculturas, las películas y las obras realizadas por medios tecnológicos como los programas informáticos y las bases de datos electrónicas. En inglés, a diferencia de los demás idiomas europeos, el derecho de autor se conoce con el nombre de “*copyright*”. El término *copyright* tiene que ver con actos fundamentales que, en lo que respecta a creaciones literarias y artísticas, sólo pueden ser efectuados por el autor o con su autorización. Se trata, concretamente, de la realización de copias de las obras [literalmente significa, derecho de copia]. La expresión *derecho de autor* nos remite a la persona

creadora de la obra artística, a su autor, subrayando así el hecho que se reconoce en la mayor parte de las leyes, en el sentido de que el autor goza de derechos específicos en relación con su creación como el derecho a impedir la reproducción deformada de la misma, prerrogativa que sólo a él le pertenece, mientras que existen otros derechos, como el derecho a efectuar copias, del que pueden gozar terceros, por ejemplo, todo editor que haya obtenido una licencia del autor con ese fin. (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual [OMPI], p. 5)

Podría resultar curioso para algunos que haya dos términos distintos, el de “derecho de autor” y el de “*copyright*”, que aunque lejos de ser simplemente el equivalente pero en distinto idioma, tienen virtualmente el mismo fin: la protección de las obras artísticas y las obras literarias (en su sentido más amplio dentro del derecho internacional, que incluye al software entre otras cosas), y el otorgamiento de los derechos correspondientes a los autores de las mismas.² Sin embargo, la causa de tal divergencia resultaría bastante comprensible después de tomar en cuenta la situación en la que se encontraba el mundo, más específicamente los países de donde proviene un concepto y el otro; así, el *copyright* tiene su origen en el derecho anglosajón y, el derecho de autor el suyo en el derecho continental (sistema jurídico proveniente de la Europa continental).

En una de las publicaciones de la OMPI (con título: ¿Qué es la propiedad intelectual?), anteriormente citada, se habla del cómo beneficia la propiedad intelectual al ciudadano medio, al respecto menciona: “Los derechos de propiedad intelectual recompensan la creatividad y el esfuerzo humano que estimulan el progreso de la humanidad.”; después menciona algunos

² Como dato importante: tanto los sistemas que utilizan el derecho de autor como los que usan el *copyright*, consideran que el otorgamiento de dichos derechos correspondientes a los autores se hace de manera automática en el momento en que su obra es fijada en cualquier medio, dejando de ser sólo una idea y pasando a ser una obra en su lugar. Esto gracias a la Convención de Berna, siempre y cuando el Estado en cuestión pertenezca a la misma.

ejemplos, entre ellos: “las multimillonarias industrias del cine, la grabación, la edición y la informática,...[que] no existirían sin la protección del derecho de autor”, y “los consumidores no contarían con... las medidas destinadas a combatir la falsificación y piratería.”³

Sin intención de contradecir lo dicho por la OMPI en cuanto a los beneficios que brinda la propiedad intelectual al ciudadano medio, cabe preguntarse, ¿acaso son estos derechos la única manera de conseguir dichos beneficios?, y si posiblemente es cierto que no existirían dichas industrias a un nivel multimillonario ¿sería esto algo necesariamente malo?⁴

1.1.1 Derecho de autor y derechos conexos.

El derecho de autor está compuesto de dos elementos principales: el derecho moral y el derecho patrimonial, el primero refiriéndose a la personalidad del autor, y el segundo al derecho a obtener un beneficio económico de la explotación de su obra.

Empezando por el derecho moral, debe entenderse que, salvo casos verdaderamente raros y extraordinarios, los derechos morales del autor son, y siempre serán (*ad infinitum*), únicamente del autor de la obra en cuestión. En las palabras de Colombet:

El derecho moral – que precede al nacimiento del derecho patrimonial, con el que lleva una coexistencia mutua y que a menudo le sobrevive – debe en realidad relacionarse con los derechos de la personalidad; está compuesto por diversos atributos, los cuales tienen todos en común el no ser apreciables en dinero y estar estrechamente ligados al individuo; los derechos morales son además, en principio, inalienables e imprescriptibles. (Colombet, 1997, p. 45)

³ OMPI, *op. cit.*, p. 4.

⁴ Teniendo estas preguntas un alto grado de complejidad y siendo muchas veces causa de controversia entre los expertos en la materia, no se pretenden contestar en este documento, únicamente invitan a la reflexión al respecto.

Ahora bien, hablando de los derechos, generalmente aceptados, que engloba el derecho de autor, se encuentran: el derecho de divulgación, el derecho al respeto del nombre, el derecho al respeto de la obra y el derecho de arrepentimiento; a los anteriores, Colombet (1997, p. 47) los denomina de modo distinto (atributos): “por lo general, se considera que el derecho moral se compone de cuatro atributos [los ya mencionados en este párrafo]:...”, y agrega también que “...su ejercicio acumulado permite salvaguardar los intereses espirituales puestos en juego por la difusión de la obra.”

En cuanto al derecho patrimonial, se entiende que: así como el derecho moral se ocupa de los intereses espirituales, este se ocupa de los intereses pecuniarios del autor; dicho en otras palabras, el aprovechamiento de la explotación de su obra. Asimismo, dependiendo del enfoque de la ley de cada país, este derecho puede llegar a tomar un papel protagónico sobre el derecho moral gracias a la predominancia del sistema capitalista en el mundo, alineándose así el interés de la búsqueda de un beneficio económico. Tomando este hecho como factor principal, no sería coincidencia entonces que en Estados Unidos, Japón, Alemania, Francia y Reino Unido, grandes potencias mundiales de la actualidad, se encuentren muchas de las empresas más grandes en las industrias del cine, de la música, la editorial y todas aquellas englobadas en las tecnologías de información (como las de *software*, internet, comercio electrónico y servicios computacionales), siendo de las industrias a las que más les conciernen asuntos de derecho de autor y de las que generan mayores ganancias a nivel mundial.

Entre los derechos que engloba el derecho patrimonial se encuentran, universalmente reconocidos, dos derechos fundamentales: el derecho de reproducir la obra,⁵ y el derecho de

⁵ Conocido comúnmente como “derecho de reproducción”, este derecho es, en esencia, el origen del copyright (este término significando literalmente: derecho de copia) del sistema anglosajón.

comunicar la obra al público; existe un tercero, reconocido sólo en ciertos países, llamado *droite de suite*, al que únicamente le conciernen las obras de artes plásticas.

Ahora bien, aludiendo a lo mencionado con anterioridad, específicamente a la emanación que tiene el derecho de autor del derecho continental; el origen del derecho de autor en dicho sistema jurídico conlleva una serie de características particulares, entre ellas, el énfasis que se le da al derecho moral de los autores (a diferencia del sistema anglosajón). El fin del derecho de autor (y en su caso también del *copyright*), es simple: otorgar protección a las obras (literales, y artísticas) de los autores; en otras palabras, salvaguardar los derechos de los autores sobre sus obras. Al respecto, el profesor Colombet menciona lo siguiente:

En cualquier tipo de legislación, de inspiración individualista o colectivista, de origen latino o anglosajón, de tradición antigua o reciente, el derecho de autor no puede prescindir de esta necesidad cronológica: es indispensable buscar cuáles serán las obras, llamadas del espíritu, que tendrán una protección específica y luego fijar la extensión de los derechos otorgados a los autores de dichas obras.

(Colombet, 1997, p. 7)

Continuando ahora con los derechos conexos, cabe primeramente señalar que éstos son muchas veces incluidos por los Estados dentro del mismo concepto de derecho de autor o *copyright*, según sea el caso, en sus legislaciones; en las demás, sobre todo en las latinas, se separa el régimen de derechos conexos del de derecho de autor. En las palabras de Colombet, y ampliando también al tema del objeto de su protección:

En algunas legislaciones, especialmente las pertenecientes al sistema jurídico latino, el régimen de los derechos conexos está separado del derecho de autor. Esta diferenciación no implica que las leyes relativas a estos dos tipo de derecho sean distintas...

La expresión "derechos conexos" merece una explicación: es necesario, en este sentido, determinar el objeto de la protección: se trata de prestaciones que concurren a la difusión, no a la creación de obras literarias y artísticas.

(Colombet, 1997, p. 133)

Con lo anterior, Colombet aclara la diferenciación de estos derechos y del derecho de autor: mientras que el derecho de autor se ocupa de la protección de las obras en sí, los derechos conexos protegen las prestaciones en el ámbito de la difusión de dichas obras.

Los beneficiarios de los derechos conexos normalmente caen en una de las tres categorías siguientes: los artistas intérpretes, quienes se encargan de «darle vida» a la obra vez con vez; los productores de fonogramas o videogramas, quienes son los responsables de capturar las interpretaciones de las llamadas «obras del espíritu» de una forma específica y en un medio tangible (que puede también ser digital); y los organismos de radiodifusión, encargados de la difusión pública de dichos fonogramas y videogramas ya sea por medio de la radio, la televisión o medios electrónicos.

Podría considerarse que la relación que tienen estas categorías con los autores (de las obras) es de carácter simbiótico o de mutua dependencia; incluso las legislaciones de los Estados han sido configuradas para crear un equilibrio y mutuo beneficio entre las partes. Sin embargo, con los avances que ha tenido la tecnología es cada vez más fácil y barato,⁶ por tanto común, que el mismo autor sea también el intérprete, el productor y el difusor de sus propias obras.⁷

⁶ Avances tanto en el ámbito musical y el software relacionado con el mismo, como en general.

⁷ Más al respecto en § Modelos de Negocio Actuales; la Era Móvil Digital.

1.1.2 Copyright.

Para empezar a obtener una noción general de lo que este término abarca hoy en día, se hará referencia al siguiente pasaje:

Literalmente, [el derecho de reproducción] es el "*copyright*" (derecho de copia) del mundo anglosajón, cuya noción es hoy en día mucha más amplia ya que abarca el derecho de autor en su conjunto.

La reproducción es la fijación material de una obra y da lugar, en principio, a un derecho exclusivo. No obstante, existen excepciones a este derecho en todos los países, que van del sistema de licencias a la utilización libre y gratuita. (Colombet, 1997, p. 64)

Como bien menciona Colombet en el pasaje anterior, el *copyright* genera derechos exclusivos a los autores sobre sus obras. Estos derechos exclusivos varían dependiendo de la legislación del Estado en cuestión; sin embargo, el *copyright* abarca derechos que, bajo tradiciones de derecho diferente a la puramente anglosajona, muchas veces son clasificados como derechos conexos en vez de bajo el derecho de autor, haciendo evidencia de su carácter comprensivo (algo a lo que también alude Colombet). Los generalmente reconocidos a nivel internacional están respaldados de la siguiente manera: primeramente por el Convenio de Berna,⁸ y en segundo por el TOIEF.⁹ En tercera instancia vale la pena mencionar también al TLCAN que,¹⁰ a pesar de tener un alcance territorial relativamente limitado (Canadá, Estados Unidos y México), introduce por primera vez un derecho limitado de renta, cuya influencia ya ha permeado en diversas legislaciones nacionales del mundo.

⁸ Ver § Convenio de Berna.

⁹ Ver § TOIEF (y TODA).

¹⁰ Ver § TLCAN.

Dentro de las limitaciones particulares que tiene el *copyright*,¹¹ pero haciendo énfasis únicamente en las más notables y que se pueden aplicar de manera general los titulares del mismo, resaltan las de «*fair use*»¹², o uso legítimo (en español), la cual se aplica al derecho de reproducción; y la de la doctrina de agotamiento, o primera venta, la cual no está regulada de manera específica por algún instrumento internacional, y aplica al derecho de distribución. Sin embargo, el TODA (ver nota al pie 9) es el que se encarga de aludir el asunto de la siguiente manera en su artículo 6(2):

Nada en el presente tratado afectará la facultad de las Partes contratantes de determinar las condiciones, si las hubiera, en las que se aplicará el agotamiento... después de la primera venta u otra transferencia de propiedad del original o de un ejemplar de la obra con autorización del autor.¹³

Es importante hacer énfasis en el hecho de que, a pesar de ser pocos los Estados que se rigen bajo el sistema anglosajón, el *copyright* juega un papel muy importante en el panorama internacional actual. Esto debido a, como ya se mencionó antes, la gran participación e influencia que tienen países regidos bajo dicho sistema (como Estados Unidos e Inglaterra) en muchas de las grandes industrias del mundo.

¹¹ Más allá de las de duración y todas aquellas aplicadas de manera general, sin importar mucho la legislación en cuestión.

¹² Ver § Piratería y *Fair Use*.

¹³ Artículo 6(2) del TODA.

1.2 Antecedentes y Normativas Internacionales

Para esta sección, se empezará con un pasaje escrito por la experta en la materia, Delia Lipszyc:

En un principio, la protección del derecho de autor en el orden internacional fue asegurada por medio de convenios bilaterales de reciprocidad, en su mayoría concluidos entre Estados europeos; pero esos convenios, de alcances limitados, no eran uniformes y la internacionalización de los mercados del libro y de la música hizo necesaria una uniformación [*sic*] del régimen de protección trasfronteras [*sic*]. Los convenios bilaterales eran insuficientes y a ello se debió que el derecho de autor fuera una de las primeras materias en las que se logró concretar entre los países europeos una codificación internacional de derecho internacional privado a través de un tratado multilateral: el Convenio para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas concluido en Berna el 9 de septiembre de 1886. (Lipszyc, 1993, p. 591)

Partiendo de lo anterior, el primer convenio internacional en materia de protección de la propiedad intelectual, existe a partir del 9 de septiembre de 1886; originalmente firmado únicamente por algunos países europeos, poco a poco se fue adhiriendo el resto de Europa y, eventualmente, el resto del mundo. México en particular, se adhiere hasta el 9 de mayo de 1967, entrando en vigor el 11 de junio del mismo año, más de ochenta años después.

La evidente complejidad en tratar de conseguir la protección del derecho de autor por medio de convenios bilaterales de reciprocidad, produjo el cambio paulatino hacia tratados multilaterales; una sola configuración en materia de derecho internacional privado la cual se ha ido actualizando a través del tiempo, haciendo frente al avance de la tecnología y al de las relaciones comerciales entre los países del mundo.

¿Son las relaciones comerciales del mundo las que han moldeado la protección del derecho de autor en México? Para poder empezar a contestar esa pregunta, se pasará ahora al tema del comercio internacional.

1.2.1 Del GATT a la OMC.

El ámbito del comercio internacional, actualmente está regulado, a nivel mundial y de manera general, por la Organización Mundial del Comercio (denominada en adelante “OMC”), la cual tuvo sus inicios en el Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio o, *General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT por sus siglas en inglés).

La formación del GATT, así como la del Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial, fue el resultado de un esfuerzo colectivo de cooperación entre las naciones del mundo, el cual surgió de la Conferencia de Bretton Woods de 1944; sin embargo, no fue hasta después de la convocatoria por parte del Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas a una Conferencia Internacional sobre Comercio y Empleo en 1946, y la resultante Carta de la Habana, que al año siguiente 23 países deciden firmar la parte de la carta que tomaría el nombre de Acuerdo General de Aranceles Aduaneros y Comercio, entrando en vigor el 1 de enero de 1948 de manera provisional hasta el 31 de diciembre de 1994. Haciendo referencia al texto original del acuerdo:

Reconociendo que sus relaciones comerciales y económicas deben tender al logro de niveles de vida más altos, a la consecución del pleno empleo y de un nivel elevado, cada vez mayor, del ingreso real y de la demanda efectiva, a la

utilización completa de los recursos mundiales y al acrecentamiento de la producción y de los intercambios de productos...¹⁴

El párrafo habla de las tendencias de las relaciones comerciales entre los países que firmaron el acuerdo, dicho párrafo se conserva casi intacto desde entonces hasta lo que es la OMC en la actualidad; en la frase “la consecución del pleno empleo”, implícitamente se incluye a los artistas intérpretes o ejecutantes musicales, y relacionando esto con la fecha en que México se adhiere (en la que también entra en vigor el acuerdo que la establece) a la OMC,¹⁵ incluye en su legislación estas tendencias para, poder así, pertenecer a la OMC.

La recién formada Organización Mundial del Comercio, dentro de sus acuerdos e instrumentos jurídicos conexos (que también forman parte del acuerdo para los miembros que los hayan aceptado, y son vinculantes para éstos.¹⁶), incluía el “Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio.” Siendo así, el resultado directo de la adhesión de México a la OMC, dentro del ámbito de derecho de autor, fue la Ley Federal del Derecho de Autor (publicada el 24 de diciembre de 1996 y aún vigente con sus respectivas reformas).

Con lo anterior se puede observar un claro indicio del impacto que ha tenido la evolución de las relaciones comerciales del mundo sobre México, en este caso siendo algo positivo para la protección del derecho de autor en el país.

A diferencia de otros convenios o acuerdos, en materia de derecho de autor, el carácter del Acuerdo ADPIC¹⁷ proviene particularmente de su concepción como instrumento estrechamente

¹⁴ Texto del “GATT de 1947”; preámbulo, segundo párrafo.

¹⁵ México se adhiere a la OMC el 1° de enero de 1995.

¹⁶ Véase segundo artículo del “Acuerdo por el que se establece la Organización Mundial del Comercio”, tercer inciso.

¹⁷ La abreviatura “Acuerdo ADPIC”, que hace referencia al título del acuerdo en español, es la que se utilizará en el presente texto para referirse al “Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio”; también conocido por sus siglas en inglés “TRIPS”.

vinculado con el comercio internacional; y debido a la amplia gama de intereses que convergen en el ámbito del comercio, como lo fue en su momento el interés, de Estados Unidos principalmente, en el tema de la propiedad intelectual, más específicamente de la defraudación de derechos marcarios o falsificación,¹⁸ hacen a este acuerdo, según Correa, “el instrumento internacional más comprensivo y de mayor alcance que se haya suscripto hasta el momento en materia de derechos de propiedad intelectual” (Correa, 1998, p. 9). Si bien el autor publicó su libro en 1998, y habiendo pasado ya más de una década desde entonces (y dos desde la firma del Acuerdo), se considerará que su afirmación acerca del Acuerdo ADPIC sigue vigente.

Dentro de la estructura del Acuerdo, la sección más relevante para el presente texto sería la número uno de la parte II, que incluye del art. 9° al 14°;¹⁹ dichos artículos tratan acerca del derecho de autor y derechos conexos²⁰. Sin embargo, también sería pertinente mencionar los artículos 3° y 4° que versan acerca del “Trato nacional”²¹ y el “Trato a la nación más favorecida”²² respectivamente, los cuales únicamente aplican para los derechos de los artistas intérpretes o ejecutantes, los productores de fonogramas y los organismos de radiodifusión que están previstos en el Acuerdo.

Ahora bien, sin olvidar la importancia que tuvo (y tiene) este Acuerdo, se debe tener presente el hecho de que la motivación principal para la concepción del mismo, en el contexto de

¹⁸ Haciendo referencia al libro de Correa, más adelante citado en esta sección, específicamente el primer párrafo de la sección de antecedentes del capítulo uno.

¹⁹ El artículo 14 siendo de particular importancia, tratando de la: Protección de los artistas intérpretes o ejecutantes, los productores de fonogramas (grabaciones de sonido) y los organismos de radiodifusión.

²⁰ Conexos es, de acuerdo al Diccionario de la lengua española: “adj. Dicho de una cosa: Que está enlazada o relacionada con otra.”

²¹ Haciendo énfasis al trato nacional, artículo 3° § 1, este incluye: “Cada Miembro concederá a los nacionales de los demás Miembros un trato no menos favorable que el que otorgue a sus propios nacionales con respecto a la protección de la propiedad intelectual...” y “En lo que concierne a los artistas intérpretes o ejecutantes, los productores de fonogramas y los organismos de radiodifusión, esta obligación sólo se aplica a los derechos previstos en el presente Acuerdo”.

²² Del trato a la nación más favorecida, artículo 4°, con especial relevancia: “Con respecto a la protección de la propiedad intelectual, toda ventaja, favor, privilegio o inmunidad que conceda un Miembro a los nacionales de cualquier otro país se otorgará inmediatamente y sin condiciones a los nacionales de todos los demás Miembros”.

la propiedad intelectual, fue el sumo interés en el tema de patentes y de los registros de marca, no el derecho de autor; y uno podría pensar que, el motivo o causa que originó e impulsó el Acuerdo finalmente no debería afectar la correcta cobertura del resto de los temas abarcados por el marco del mismo pero, es difícil pasar por alto las evidentes carencias que tiene, especialmente con respecto a la compleja interacción que hay entre el derecho de autor y el internet (tema de especial interés que se analizará en el capítulo siguiente, en relación al negocio de la música).

1.2.2 Derecho internacional.

Continuando con los antecedentes, ahora dentro del ámbito del derecho internacional, en esta sección se hablará, de manera cronológica, de los convenios, tratados y convenciones internacionales que han surgido a lo largo de los años con el fin de proteger el derecho de autor y los derechos conexos; tomando en cuenta, de manera particular, a convenios y convenciones que están centrados en los derechos de los artistas intérpretes o ejecutantes musicales y sus obras.

A manera de introducción se hará mención a dos autores; siendo el primero de nacionalidad mexicana, y haciendo énfasis en la internacionalidad de la propiedad intelectual, el Dr. Ruiz Medrano dice lo siguiente:

Como ya antes se ha mencionado, la propiedad intelectual contiene un creciente carácter internacional, esto es, en función de los elementos que posee y del mismo fin que persigue, la transmisión de las ideas al mayor número posible de personas. Por tanto, es comprensible que una vez que la propiedad intelectual adquiere la importancia que merece por parte de los Estados, se intente entender su enorme importancia que conlleva la difusión de las ideas y la protección de

las mismas para el buen desarrollo económico y cultural, no únicamente en sus territorios, sino en el mundo entero. (Ruiz Medrano, 2007, p. 101)

El segundo, de nacionalidad estadounidense, enfatizando los derechos exclusivos a nivel internacional, el profesor Paul Goldstein dice: “Al mismo tiempo que los derechos exclusivos se han expandido, así también lo han hecho las limitaciones permitidas sobre derechos en la forma de licencias estatutarias y excepciones de responsabilidad” (Goldstein, 2001, p. 247).

1.2.2.1 Convenio de Berna.

Revisando, el nombre completo de este convenio es “Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas”, el cual originalmente data del año 1886; habiendo sido revisado, enmendado y completado hasta ahora su última versión, del 28 de septiembre de 1979.

“En materia de derecho de autor, siendo el tratado multilateral más antiguo y el que confiere el mayor nivel de protección” (Ruiz Medrano, 2007, p. 103); este tratado es, fundamentalmente, el pilar de los convenios y tratados internacionales posteriores. Cabe resaltar, como ya se mencionó antes, que es gracias a este convenio por el cual los autores pudieron gozar por primera vez, y que aún pueden hacerlo, de los derechos correspondientes a su obra de manera automática desde el momento en que la misma fuera fijada en cualquiera de los medios contemplados por la ley pertinente.

1.2.2.2 CUA.

Convención Universal sobre Derecho de Autor, firmada en Ginebra el 6 de septiembre de 1952 y revisada en París el 24 de julio de 1971 (normalmente utilizándose las siglas CUR para referirse a la versión revisada del '71).

Teniendo como fin el establecer un tratado internacional que, incluyendo algunos principios comunes a los sistemas tradicionales (básicamente el del copyright y el del derecho de autor) y abandonando <<la pretensión de alcanzar una legislación uniforme o un ascenso en el nivel de protección>>, hiciese posible una *convención universal*, en el sentido de estar abierta a todos los países del mundo, y al mismo tiempo dejando subsistentes los tratados existentes. (Baylos Corroza, et al., 2009, p. 681)

1.2.2.3 Convención de Roma.

Convención de Roma sobre la Protección de los Artistas Intérpretes o Ejecutantes, los Productores de Fonogramas y los Organismos de Radiodifusión, adoptada en Roma el 26 de octubre de 1961.

Para hablar un poco más acerca del origen de este tratado, y dándole seguimiento a la representación del creciente interés en materia de derecho de autor y derechos conexos a nivel internacional, se referirá nuevamente a Baylos Corroza:

...Esta Convención fue el fruto de un largo proceso de trabajos tendentes a dar satisfacción a los intereses de los artistas intérpretes o ejecutantes lesionados por la disminución de ofertas de empleo derivada de la explotación de fijaciones y difusiones de sus interpretaciones mediante las técnicas del fonógrafo, la

cinematografía y la radiodifusión sonora y audiovisual, así como proteger las inversiones de los productores de fonogramas y de los organismos de radiodifusión...

Desde 1926, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) inició estudios en relación con la protección de los artistas intérpretes o ejecutantes y en el orden del día, preparado para la Conferencia Internacional del Trabajo que habría de celebrarse en 1940, iba un punto relativo al derecho del ejecutante en el campo de la radiodifusión y de la reproducción mecánica de los sonidos de sus prestaciones.

Entre esas dos fechas, la Conferencia Diplomática de Roma (1928), de revisión del Convenio de Berna, expresó su deseo de que los gobiernos vieran la posibilidad de adoptar medidas de salvaguarda de los derechos de esos artistas. En 1939, por convocatoria de la Oficina Internacional de la Unión de Berna y del Instituto Internacional para la Unificación del Derecho privado, se reunió en Samaden (Suiza) un grupo de expertos que redactó dos proyectos de tratado: uno, relativo a los artistas y a los productores de fonogramas, y el otro, a los organismos de radiodifusión.

Finalmente, en 1961, se reúne en Roma, convocada por la OIT, la UNESCO y las Oficinas Internacionales Reunidas para la Protección de la Propiedad Intelectual (BRPI) [BIRPI, por su acrónimo en francés] –de la que es continuadora la OMPI–, la Conferencia Diplomática que dio a luz, el 26 de octubre de ese año, la Convención que nos ocupa y que tiene como característica la de constituir un tratado multilateral de <<derecho material convencional>> y

<<especializado>>, dotado de gran flexibilidad,... (Baylos Corroza, et al., 2009, p. 693 y 694)

Ahora bien, en relación al fragmento anterior, hay que destacar que siendo la primera convención que alude de una manera más directa a los artistas intérpretes o ejecutantes, y estando “estrechamente ligada al estado de la técnica en el momento de su adopción” (Baylos Corroza, et al., 2009, pp. 694, último párrafo), ésta resulta carente o insuficiente para el estado actual de la industria de la música. Dicho eso, se considerará la adopción de esta convención como un momento de crucial importancia en cuestión a la dirección a la que se dirigía el pensamiento de la época en materia de derecho de autor y derechos conexos.

1.2.2.4 OMPI.

Convenio que establece a la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, firmado en Estocolmo el 14 de julio de 1967. Si bien la firma de este convenio formalizó el establecimiento de dicha organización, los antecedentes de su creación se remontan al siglo previo.

De acuerdo a su sitio web,²³ la OMPI es el foro mundial en lo que atañe a servicios, políticas, cooperación e información en materia de propiedad intelectual (P.I.). Es un organismo de las Naciones Unidas, autofinanciado, que cuenta con 188 Estados miembros. Su misión es llevar la iniciativa en el desarrollo de un sistema internacional de P.I. equilibrado y eficaz, que permita la innovación y la creatividad en beneficio de todos.

A manera de reseña histórica, la Tabla 1 aglutina algunos datos importantes recabados de su sitio:

²³ Refiriéndose a la página contenida en el sitio de la OMPI: <http://www.wipo.int/about-wipo/es/>.

Tabla 1**Reseña histórica de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).****Año Evento**

| | |
|------|---|
| 1883 | Surge el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial. |
| 1886 | Adopción del Convenio de Berna. |
| 1891 | Arreglo de Madrid, que dio lugar al primer servicio internacional de presentación de solicitudes de derechos de P.I.: el Sistema de Madrid para el Registro Internacional de Marcas. |
| 1893 | Creación de las BIRPI. Las dos secretarías encargadas de administrar los Convenios de París y Berna se fusionaron conformando la entidad precursora de la OMPI: las Oficinas Internacionales Reunidas para la Protección de la Propiedad Intelectual, mejor conocidas por sus siglas en francés, BIRPI. |
| 1970 | Las BIRPI se convierten en la OMPI. |
| 1974 | La OMPI ingresa en las Naciones Unidas. |
| 1978 | El Sistema internacional de patentes en virtud del PCT [<i>Patent Cooperation Treaty</i>] comienza a funcionar. |
| 1994 | Creación del CAM. Se crea en la OMPI el Centro de Arbitraje y Mediación para ofrecer servicios extrajudiciales de solución de controversias comerciales internacionales entre partes privadas. |
| 1998 | Se crea la Academia de la OMPI para impartir cursos generales y especializados en materia de propiedad intelectual. |

Nota. Basada en la información recabada del sitio de la OMPI; para ver toda la información contenida ahí, consultar la página: <http://www.wipo.int/about-wipo/es/history.html>.

1.2.2.5 TOIEF (y TODA).

Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas (TOIEF, o WPPT por sus siglas en inglés), adoptado en Ginebra el 20 de diciembre de 1996.

No se puede hablar de este tratado sin al menos mencionar, al que podría considerarse como su contraparte, el *Tratado de la OMPI sobre derecho de autor* (TODA); de lo general (TODA) a lo particular (TOIEF), sería una forma de ver la relación de estos dos tratados.

Su gestación [esencialmente refiriéndose al TODA e indirectamente al TOIEF] proviene de la convocatoria de un Comité de Expertos por parte de la Asamblea y la Conferencia de Representantes de la Unión de Berna para preparar un eventual Protocolo al Convenio de Berna, concerniente a la vigencia del mismo; las diferencias de opiniones que surgieron, o pudieron surgir, respecto de ciertos objetos de protección (por ejemplo, programas de ordenador, fonogramas, obras realizadas mediante ordenador), de ciertos derechos, de la aplicabilidad de los criterios mínimos de protección y de la obligación de conceder el trato nacional a los extranjeros, principalmente, fue causa de que la mayoría de las delegaciones y los observadores de organizaciones no gubernamentales se opusieran a que se ampliara el alcance del Protocolo de acuerdo a lo solicitado por los productores de fonogramas, pues la modernización de la tutela de sus derechos debía tener lugar en el contexto de la Convención de Roma y demás instrumentos apropiados y, por consiguiente, los fonogramas no debían formar parte del eventual Protocolo porque no constituyen obras en el sentido del Convenio de Berna. (Lipszyc, 2004, p. 118)

Fue así como, dándole seguimiento a la intención del Convenio de Berna, surgió el TODA; y viendo la necesidad de otro instrumento que pudiera cubrir asuntos de interpretación o

ejecución y fonogramas, específicamente y de una manera apropiada, fue como resultó el TOIEF. Es este tratado, en las palabras de Goldstein, el que “...estableció [por primera vez] los estándares mínimos para un derecho de distribución exclusivo y para un derecho de comunicación comprensivo, en la primera ocasión que cualquiera de los dos derechos fue formulado como norma de tratado internacional.” (Goldstein, 2001, p. 246 y 247).

1.2.2.6 Derechos de artistas intérpretes o ejecutantes musicales.

A nivel nacional, como ya fue explicado previamente a grandes rasgos,²⁴ estos derechos se ven normalmente incluidos en los derechos conexos del derecho de autor, o directamente en el *copyright*, dentro de las legislaciones de los Estados.

A nivel internacional, se ven respaldados por tres instrumentos internacionales principalmente: la Convención de Roma (sobre la Protección de los Artistas Intérpretes o Ejecutantes, los Productores de Fonogramas y los Organismos de Radiodifusión), el TOIEF y el Acuerdo ADPIC; los dos primeros son administrados por la OMPI, y por tanto tienen un carácter que se inclina más a lo filosófico; en cambio el tercero, que es administrado por la OMC, tiene un carácter y fines más prácticos.²⁵

Cabe hacer notar que no todos los Estados forman parte de estos tres instrumentos, lo que implica que sus legislaciones no necesariamente reflejan los estándares mínimos o las prácticas establecidas por dichos instrumentos. Por ejemplo, Estados Unidos no se encuentra adherido a la Convención de Roma y por lo tanto sus prácticas a nivel internacional, que en cuanto a lo relacionado con propiedad intelectual y comercio se refiere, se rigen más bajo lo establecido en el

²⁴ Ver § Derecho de autor y derechos conexos.

²⁵ La diferenciación que se hace entre estos instrumentos va de acuerdo con la naturaleza de las organizaciones que los administran: la OMPI sirviendo bajo las líneas de orientadora y consejera de los Estados miembros, y la OMC bajo las de reguladora y mediadora de los propios.

Acuerdo ADPIC (del que si forma parte), siendo que dicho acuerdo se encuentra más alineado con sus intereses como nación y potencia económica mundial.

Otro punto importante a resaltar de estos derechos es el de su origen, que en principio brota de las legislaciones de cada Estado. Dado que cada Estado elige su propio modelo económico, sus legislaciones varían y se ajustan de acuerdo a la ideología y los intereses que rigen a cada uno de ellos; por tanto, no hay modo de asegurar que dichas ideologías e intereses sean lo adecuado para desarrollar los derechos de los artistas intérpretes musicales, y que éstos vayan de acuerdo a sus intereses y no a los de otras figuras más influyentes, tanto en el medio en general como en cada uno de los Estados.

Es principalmente por su origen entonces, que estos derechos han sido más el resultado de un esfuerzo internacional, siempre guiado por los intereses antes mencionados, y no uno de verdadero carácter global que en cambio tuviera su origen en los mismos beneficiarios de dichos derechos.

1.3 Tratados de Libre Comercio y las Importaciones Paralelas

Un tratado de libre comercio, o TLC por sus siglas, es un instrumento internacional que entra dentro de la categoría de acuerdos regionales comerciales recíprocos entre dos o más socios, esto de acuerdo a la definición establecida por la OMC. Es por medio de estos acuerdos que poco a poco se ha logrado alcanzar una mayor apertura comercial entre los países del mundo; cada uno de ellos, es el producto de las negociaciones realizadas por parte de los Estados interesados en perpetuar las relaciones comerciales que tienen con otros, siempre con la intención de mejorar las circunstancias que muchas veces ponen trabas a ese libre comercio que se busca en dicha relación; dichas trabas, o medidas, normalmente caen en una de dos categorías: arancelarias o no

arancelarias. Las arancelarias son los impuestos que se le imponen al comercio exterior (por ejemplo el IGI), y las no arancelarias son las medidas que se ayudan de otros métodos, como los cupos de importación, sin necesidad de imponer un impuesto como tal. En teoría, los Estados que formen parte de uno de estos tratados tendrán una serie de beneficios comerciales que irán entrando en vigor poco a poco, o a partir de una fecha, según lo negociado.

La situación de México en particular, es la de un país sumamente abierto en el aspecto comercial, incluso podría decirse que demasiado. Actualmente cuenta con diez tratados de libre comercio, de los cuales dos son los que tienen el mayor impacto en su comercio exterior: el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y el Tratado de Libre Comercio UE – México (TLCUEM); por mucho, son estos territorios (Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea) los mayores socios comerciales del país.

Desafortunadamente, la política comercial de México no ha sido muy coherente con su situación como país; si bien el TLCAN, que es de los primeros tratados de los que México formó parte, no fue más que un paso relativamente lógico debido a la cercanía que existe entre las partes y la relación que ya existía entre las mismas, este tratado también reafirmó la mutua dependencia en la que México ha sido la parte menos beneficiada. En parte, podríamos decir que esa situación de dependencia fue la que impulsó al país a buscar otras opciones en el comercio exterior; sin embargo, la forma en la que se han implementado el resto de los tratados ha sido un tanto apresurada en comparación a la preparación que ha podido desarrollar la industria nacional para la entrada en vigor de los mismos, siendo generoso el término “apresurada” para describir la situación, ya que dentro de la negociación de estos tratados siempre se considera un periodo razonable de tiempo antes de desgravar ciertos productos que pudieran tener un fuerte impacto en las industrias del país, existiendo esta consideración precisamente para que las industrias puedan adaptarse de antemano y evitar que dicho impacto les sea desastroso.

Ahora bien, los derechos de autor que más han sido afectados por la situación actual de la tecnología y su papel en el comercio, tanto a nivel nacional como internacional, son: el derecho de distribución y el derecho de copia. Ya, desde hace unos años, no se trata únicamente de la compraventa y distribución de copias físicas de una obra, ahora también se toman en cuenta sus contrapartes digitales, y no sólo se toman en cuenta, han pasado a ser una parte vital en las industrias creativas; particularmente en la de la música, el volumen de venta de copias digitales está prácticamente a la par con el de copias físicas.²⁶

Uno de los aspectos del comercio internacional con mayor relevancia para el derecho de distribución es el de importaciones paralelas, cuyo término no es muy conocido en general pero cuya práctica es una realidad en muchos países del mundo. Este término se puede definir como la práctica de realizar importaciones (comprador) de bienes adquiridos lícitamente por el exportador (vendedor), pero cuya distribución sale de los parámetros previamente autorizados por el productor del bien; en pocas palabras, el bien se distribuye por medios que no habían sido contemplados por el productor y, por lo mismo, sin su autorización.

Este tipo de práctica resulta en una doble problemática: en primer lugar para el productor de los bienes, quien podría verse confrontado por situaciones adversas debido a una distribución de su producto que va más allá de su control; y en segundo lugar para los Estados, ya que sus aduanas son las encargadas de asegurarse que los bienes a importar sean parte de una distribución autorizada por el titular de los derechos de los mismos. Que si bien esta problemática afecta primeramente al productor, que se debe entender que es a quien se refiere como el titular de los derechos del bien, el encargado de resolver la misma tendría que ser el Estado en cuestión al que se están realizando las importaciones de este tipo, ya que es el único facultado para la regulación de las importaciones realizadas en su territorio.

²⁶ Ver § Modelos de Negocio Actuales; la Era Móvil Digital.

A manera de ejemplo: el artista “x” acaba de sacar a la venta su nuevo disco, del cual sólo autorizo su distribución en nivel nacional y a un país vecino por determinados medios, a un precio de ciento veinte pesos y diez dólares respectivamente; pero, resulta que un tercero adquirió una cantidad considerable del disco en cuestión (de manera lícita) y decide hacer negocio vendiéndolos en el país vecino a un precio menor (lo cual es posible gracias a la disparidad de los tipos de cambio y otros factores que influyen en la determinación del precio de un bien en cada país, sin mencionar la exención de aranceles que pudiera existir para dicho bien en el país destino) que el establecido por las tiendas o centros de distribución que autorizó el artista para la venta de su obra. Esto resultaría en dos cosas: no sólo el artista no percibirá regalías por la venta de esos discos, al no haber sido autorizados por el mismo y debido a la doctrina de agotamiento, sino que posiblemente las ventas de los medios autorizados podrían verse afectadas por estas importaciones paralelas (no autorizadas) que están ofreciendo el mismo producto pero a menor precio.

Otro aspecto importante a entender es la anteriormente mencionada doctrina de agotamiento, la cual se refiere a los derechos de propiedad intelectual que posee el titular sobre sus creaciones y el “agotamiento” de dichos derechos una vez que el titular en cuestión realiza la primera venta, que es generalmente hasta ahí, de acuerdo a diversas legislaciones, a donde llega el alcance de sus derechos sobre dichas creaciones. Aunque ya se mencionó esta doctrina brevemente en la sección de *copyright*, fue estrictamente bajo el enfoque de propiedad intelectual; ahora, se ampliará dicho enfoque para ver su relación con el comercio internacional.

En materia de propiedad intelectual en relación con el comercio internacional, como ya también se menciona antes, el instrumento a revisar es el Acuerdo ADPIC; curiosamente, si se revisa el mismo con el propósito de encontrar alguna regulación con respecto a importaciones

paralelas y el agotamiento de los derechos, lo único que se puede encontrar (o no) al respecto está en su artículo 6 (Agotamiento de los Derechos):

Para los efectos de la solución de diferencias en el marco del presente Acuerdo, a reserva de lo dispuesto en los artículos 3 y 4 no se hará uso de ninguna disposición del presente Acuerdo en relación con la cuestión del agotamiento de los derechos de propiedad intelectual.

Podemos concluir entonces que, tanto los Estados que forman parte del Acuerdo ADPIC como los que forman parte del TODA, vieron como demasiado complicado o impráctico el desarrollar alguna regulación internacional para la cuestión del agotamiento de derechos de propiedad intelectual, dejándose entonces al criterio y capacidad de cada Estado, y su respectiva legislación, la regulación de dichas cuestiones.

En las siguientes secciones, se hablará de los dos tratados de libre comercio que resultan más relevantes para los artistas intérpretes musicales mexicanos, que son el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN) y el Tratado de Libre Comercio entre la Unión Europea y México (TLCUEM). Dicha relevancia va de acuerdo al papel que juegan los Estados involucrados tanto en el mercado de la música, como en su estrecha relación comercial que tienen con México. Hay un tercer tratado que podría resultar relevante para algunos, que es el que existe entre México y Japón, pero al cual no se entrará en detalle debido a que el acercamiento entre ambos países aún no es tanto, esto haciendo la comparación a los Estados miembros de los otros dos tratados y en cuanto a la industria de la música se trata.

1.3.1 TLCAN.

Este tratado ha estado en vigor desde el primero de enero de 1994 siendo las partes contratantes: México, Estados Unidos y Canadá; aunque el contenido del mismo es extenso, únicamente se revisará de acuerdo al enfoque de su relación con la propiedad intelectual, específicamente derechos de autor y derechos conexos.

En este tratado, es en la sexta parte, capítulo XVII, que el tema a tratar es el de la propiedad intelectual; sin embargo, es sólo a lo largo de seis artículos (1701-1706) que desglosa lo pertinente a derechos de autor y derechos conexos. Dentro de esos seis artículos se refiere sobre todo a lo ya establecido por otros convenios internacionales (particularmente el de Berna y el de Ginebra²⁷), únicamente dándose a la tarea de establecer bajo a cuáles de ellos, e incluso haciendo excepciones a ciertas partes de los mismos, se someterán las partes y de que forma se armonizará con las disposiciones establecidas por el mismo TLCAN.

El artículo 1701 (1) abre esta parte del tratado buscando conciliar ambas partes (comercio internacional y propiedad intelectual) pero estableciendo al mismo tiempo cual es su prioridad, cerrando dicho artículo de la siguiente manera: "...asegurándose... de que las medidas destinadas a defender esos derechos no se conviertan en obstáculos al comercio legítimo." En el mismo artículo, en su inciso 2, habla de la protección mínima que deberán establecer las partes en sus respectivas legislaciones, la cual es la establecida por el Convenio de Berna (siendo 50 años) más lo establecido por el mismo artículo del TLCAN, que al respecto en realidad no establece una cantidad aumentada de años, tan sólo establece en su artículo 1702 que podrá existir una protección ampliada en las legislaciones de las partes mientras no vaya en contra de lo establecido en el tratado; en este inciso es también dónde aparece la excepción antes mencionada,

²⁷ Referente al Convenio para la protección de los productores de fonogramas contra la reproducción no autorizada de sus fonogramas, mejor conocido como Convenio de Ginebra.

la cual es con respecto a Estados Unidos de regirse bajo el artículo 6 bis del Convenio de Berna (que es el que habla de los derechos morales).

En su artículo 1703 habla específicamente del trato nacional, que si bien el mismo ya quedó establecido en el Convenio de Berna, este artículo menciona una limitación a los derechos de productores y artistas intérpretes, la cual se rige bajo un principio de reciprocidad entre las partes.

Saltando ahora hasta el artículo 1705, es aquí que el tratado se ocupa directamente de los derechos de autor, de especial interés serían el inciso 2 y 3 sino fuera por el particular de que el contenido fue extraído directamente de lo establecido en el Convenio de Berna, de las obras consideradas en el su artículo 2, párrafo 1; sin embargo, vale la pena resaltar lo contenido en su inciso 2 (a), que habla del derecho a autorizar o prohibir “la importación a territorio de la Parte de copias de la obra hechas sin autorización del titular del derecho”, siendo así, es dicho derecho el que cobra especial relevancia en cuanto al tema de las importaciones paralelas que se tocó antes (dicho derecho también es otorgado al productor de fonogramas en el art. 1706 del tratado). Finalmente, en su tercer inciso, toca el tema del derecho patrimonial en el contexto tanto de derechos de autor como de derechos conexos.

1.3.2 TLCUEM.

De acuerdo al marco jurídico establecido por la Subsecretaría de Comercio de Exterior de México,²⁸ las negociaciones para un acuerdo que equilibrara el comercio entre estas dos partes (México y la Comunidad Europea) de un manera recíproca empezaron un poco antes de 1975, año en el que se estableció el primer acuerdo de este tipo, época en la que la Unión Europea aún era la Comunidad Económica Europea (CEE). Las negociaciones continuaron y dicho acuerdo

²⁸ Véase http://www.bruselas.economia.gob.mx/swb/swb/bruselas/Marco_juridico.

fue sustituido por el Acuerdo Marco de Cooperación, que fue firmado en el año 1991. Después, en 1996, tomando ambas partes una perspectiva a largo plazo, empezaron a negociar un Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación; dicha negociación resultó en la firma de tres instrumentos en diciembre de 1997, de los cuales, el Acuerdo Global es el que resultó en el antecedente directo del TLCUEM.

Tomando en cuenta los antecedentes directos del párrafo anterior, como también los de la Comunidad Europea (los que resultaron en la existencia de la Unión Europea), nos dan una idea general del tipo de relación que ha resultado entre México y la UE, una que va de acuerdo con los principios de cooperación que ha seguido la Comunidad Europea desde hace ya bastante tiempo. Entonces, la relación que existe entre estas partes, es bastante diferente a la que existe entre México y Estados Unidos; estas diferencias son las que se hacen notar y que se reflejan en los tratados de libre comercio correspondientes (TLCAN y TLCUEM).

En cuanto al TLCUEM y su relación con los derechos de propiedad intelectual, el acercamiento que tiene este tratado a la materia es uno poco complicado a nivel general; en vez de tratar de regular cuestiones de propiedad intelectual entre las partes, se limita a instaurar, en su título V, un mecanismo de consulta (para asuntos de propiedad intelectual). Dicho mecanismo, está respaldado en el artículo 40 del tratado en la forma del Comité Especial en materia de Propiedad Intelectual, el cual está constituido por representantes de las partes.

Por el origen que tuvo este tratado, este también es conocido como: la Decisión no. 2/2000, para la parte de bienes; y Decisión no. 2/2001, para la de servicios (ambas del Consejo Conjunto UE-México). En la primera (2/2000), es dónde se encuentra lo mencionado en el párrafo anterior; en la segunda (2/2001), es dónde se hace referencia a los instrumentos internacionales (convenios multilaterales) de los que las partes "...confirman sus obligaciones"

que, dejando fuera aquellos que tratan exclusivamente de propiedad industrial, son: el Acuerdo ADPIC, el Convenio de Berna y la Convención de Roma.

En breve, este tratado se concentra en la instauración de mecanismos para la resolución de conflictos que pudieran surgir entre las partes, haciendo referencia a otros instrumentos internacionales en cuanto a los detalles y regulaciones en materia de propiedad intelectual.

2. «El Negocio» de la Música y su (In)tangibilidad

Cuando se habla de un negocio, en este caso de la música, no sólo se refiere a las grandes figuras como lo podrían ser los sellos discográficos (“disqueras”), y/o personajes prominentes en el ámbito, siendo que también incluye a todo aquel que tiene ocupación en el mismo (negocio de la música), ya sea de forma lucrativa o de un interés particular;²⁹ asimismo, dicho interés (conveniencia o beneficio) puede ser de orden material o moral.³⁰ En breve, cualquier persona que ocupe algo de su tiempo en actividades relacionadas con la música, incluyendo (y posiblemente de especial manera³¹) a personas cuya única interacción con la música sea la de escucharla, está considerada cuando se menciona al negocio de la música. Así entonces, este capítulo versa sobre las partes involucradas en el llamado “negocio de la música”, la manera como se ha desarrollado y se maneja hoy en día, y las problemáticas que han surgido en el mismo debido al avance tecnológico de los últimos años.

Hablando de una forma más directa de lo que es la industria de la música actualmente, se deben considerar las diferentes partes que la conforman, las cuales podrían dividirse en dos categorías, las que caen en la industria de los fonogramas (música grabada): compositores, que

²⁹ Esto de acuerdo con la tercera acepción de la palabra «negocio» del Diccionario de la lengua española.

³⁰ Haciendo referencia a la sexta acepción de la palabra «interés» del Diccionario de la lengua española.

³¹ Porque ¿qué sería de la música, o cualquier forma de expresión creativa, sin alguien que pudiera apreciarla?

únicamente se dedican a escribir las piezas musicales para después otorgar licencias y así obtener regalías, productores (estudios de grabación), que normalmente ofrecen servicios de grabación y edición, y distribuidores (tiendas o medios por los cuales la obra se pone a disposición del público, incluyendo a mayoristas y minoristas), que muchas veces también ofrecen servicios de gestión de derechos (cobrar las regalías que les corresponden a los artistas), de licenciamiento de las obras (autorización a terceros para reproducirla) y de mercadotecnia (como la promoción de los discos), pudiendo abarcar el formato físico, el digital o ambos; y las que caen en la industria del espectáculo (música en vivo): locaciones (también llamadas salas de conciertos), el lugar físico dónde se presentan los artistas a interpretar o ejecutar su obra, venta de entradas, las cuales sirven de comprobante por el pago que se hace y proporcionan acceso a los eventos de música en vivo, y empresas de arrendamiento de equipo de audio para escenarios (equipo de pre-amplificación o PA, por sus siglas en inglés), la cual provee un servicio conveniente para los artistas dado el precio y uso eventual o esporádico del equipo en cuestión.

Ahora bien, no siempre se puede hacer una aplicación estricta de esta clasificación de las partes en la industria de la música, concretamente hablando del caso de las compañías discográficas: ellas ofrecen una amplia gama de servicios que van muchas veces desde el primer contacto con el artista por medio de los llamados “caza talentos”, hasta el manejo (administración) y promoción de sus presentaciones en vivo después del lanzamiento de su disco; por tanto, aunque sus diversos servicios entran en la industria de los fonogramas, dependiendo de la etapa en la que se encuentre el artista en cuestión, la figura de la compañía discográfica, o sello discográfico, puede fungir como casa productora, distribuidor, compañía promotora, agencia de talentos, etc.

Otras figuras que juegan un papel tanto en la industria de los fonogramas como en la del entretenimiento, son: la de la radiodifusión (radio, televisión e internet), los fabricantes de

instrumentos musicales y la de los músicos estrictamente ejecutantes, estos últimos pudiendo ser contratados tanto durante el proceso de grabación de un disco de algún artista, como durante las presentaciones en vivo.

Hablando ahora de las grandes figuras de la industria, empezando por la de fonogramas, son tres las que deben tenerse presentes: Universal, Sony y Warner; las cuales son parte de conglomerados mediáticos, también conocidos como grupos de comunicación. Cabe mencionar que, aunque Estados Unidos es la sede de las “*big three*” de la industria de los fonogramas – dígase Universal Music Group (UMG), Sony Music Entertainment (SME) y Warner Music Group (WMG)–, únicamente Warner sigue siendo una compañía totalmente estadounidense, parte del conglomerado *Access Industries* (compañía de capital privado) del mismo país. Universal, considerada como la más grande de las tres (y del mundo), es una corporación francesa parte del conglomerado Vivendi (sociedad anónima). Finalmente SME, la cual es parte de la corporación Sony de América, que a su vez, es una subsidiaria del conglomerado japonés Sony Corporation (*kabushiki gaisha*, que es un tipo de sociedad por acciones bajo el Código de Comercio de la ley japonesa). Tomando en cuenta la información anterior y relacionándola con el mercado global de la música y las cuotas del mismo correspondientes a los territorios, resulta interesante resaltar y revisar la información contenida en el libro de Patrik Wikström (*The Music Industry*.³²):

Desde principios del siglo XXI, el mercado global de la música grabada ha estado concentrado en 5 países – dígase, los Estados Unidos [26%], Japón [25%], el Reino Unido [9%], Alemania [9%] y Francia [6%]... Combinados, estos cinco territorios constituyen tres cuartos del mercado global aproximadamente... Debe hacerse notar que aunque algunos otros mercados

³² En su sección: *The current size and structure of the international music market*.

podieran ser grandes e importantes, puede, por diversas razones, ser difícil el conseguir información útil para estas áreas. Un mercado de esos es China, donde se estima que casi toda la música grabada vendida es ilegal y consecutivamente muy difícil de monitorear (IFPI 2012b). (Wikström, 2013, p. 70 y 71)

Continuando ahora con la industria del entretenimiento, ésta se encuentra dominada por la compañía Live Nation Entertainment (LNE) y su subsidiaria Live Nation, que se ocupan de la administración de locaciones de entretenimiento y venta de boletos para eventos (a través de su subsidiaria Ticketmaster Entertainment, Inc.), y de la promoción de conciertos respectivamente. Además, si se habla de compañías de música en general, LNE es la más grande del mundo (UMG siendo la segunda más grande).

Aclarado lo anterior, se considerará ahora la tangibilidad de este negocio y, a grandes rasgos, la evolución de la reproducción musical a través del tiempo.

En su origen, la única forma de expresión de la música era por medio del sonido, un medio intangible; siendo que la música, una representación sonora, es una forma de expresión incluso más antigua que la escritura (colocándose así en la era prehistórica). Posteriormente, con la invención de la escritura, vino la notación musical, otorgándole así, por primera vez, un medio tangible de expresión con un carácter fiel aproximado a la interpretación de las piezas musicales plasmadas de esta manera (escrita).³³

Hoy en día, y desde hace algún tiempo, existen tanto medios físicos como digitales para la reproducción sonora de las obras de música grabadas, los primeros siendo a través de discos compactos, vinilos, etc.; los segundos por medio de archivos digitales (algo completamente intangible, al igual que el sonido). Y aún así, refiriéndose a estos medios como tangibles o

³³ Aún con lo anterior, es necesario hacer notar que la protección de un derecho de autor para una creación musical no surge hasta la primera mitad del siglo XIX (Estados Unidos y Gran Bretaña), y a nivel internacional surge hasta la segunda mitad del mismo siglo con el Convenio de Berna.

intangibles, ¿En verdad se puede hablar de que es posible representar a los sonidos, la música, con objetos materiales (o modelos)? Porque no es hasta que se lee la información plasmada en ellos por algún dispositivo, o mecanismo,³⁴ de reproducción de sonido, hasta que se presiona el botón de *play*, cuando somos capaces de escuchar los sonidos, la música, que siempre estará más allá de lo material; por lo mismo, no se puede hablar jamás de la propiedad o protección de la música como tal (la cual no es: más que algo fugaz o, en términos prácticos, más que una idea), sino de los medios en los que se encuentra plasmada, ya sean estos digitales o no (porque finalmente todo medio digital tiene alguna representación física que lo vuelve lo suficientemente tangible para poder interactuar con él).

2.1 Modelos de Negocio Actuales; la Era Móvil Digital

Siguiendo con el tema de los medios de reproducción de la música, e introduciendo el de las tendencias en los modelos de negocio de la industria de los fonogramas (música grabada), hoy en día podría decirse que, aunque las ventas de copias en formatos físicos se encuentra virtualmente a la par con las ventas de copias en formato digital (conformando más del 90% de los ingresos de la industria, el resto viniendo de derechos de ejecución y del licenciamiento para sincronización en medios audiovisuales),³⁵ el medio digital de la música está creciendo de manera considerable y ofreciendo una amplia gama de servicios que van desde las tiendas en línea, radio por internet (servicio mixto que va más allá de ser sólo radio), redes sociales, hasta la distribución independiente por medios poco convencionales como los archivos *torrent*; estos servicios se pueden clasificar en: servicios de promoción, de licenciamiento y servicios de

³⁴ Incluyendo con esto al ser humano, el cual son capaz de reproducir sonidos basándose en la forma escrita de la música, siempre y cuando tenga el conocimiento necesario para procesar la información de la manera adecuada (de texto a la nota correspondiente).

³⁵ Esto de acuerdo con datos recabados de la página del IFPI (<http://www.ifpi.org/global-statistics.php/facts-and-stats.php> –consultada el día 19 de mayo de 2015–).

distribución. Lo anterior dándole una renovada importancia a los distribuidores (también conocidos como *publishers*, en inglés), los cuales se están encargando de ofrecer los tres servicios cada vez más; el de licenciamiento en particular, pasando a sus manos dada la tendencia de los artistas a otorgarle los privilegios necesarios para dicha actividad a los distribuidores y así evitarse, totalmente, la necesidad de involucrar a un sello discográfico.

El mencionado crecimiento del medio digital ha dado comienzo a un era que, más allá de ser meramente digital, trata de complacer a un consumidor acostumbrado a la conveniencia de buscar y obtener los bienes y servicios con tan sólo unos cuantos gestos táctiles o comandos de voz en su teléfono, u otro dispositivo con funciones similares (tableta o incluso los llamados “relojes inteligentes”), sin importar dónde se encuentre: una era móvil-digital; basada en la disponibilidad de una conexión a internet y la infraestructura que existe detrás de ella, la llamada “nube”, mejor conocida por su término en inglés y a la que se refiere como *the Cloud*. Para esclarecer un poco más lo anterior en relación con el negocio de la música:

Las tres características de la nueva economía de la música – alta conectividad y poco control, música proveída como un servicio, y creatividad de aficionados incrementada – son impulsadas por el desarrollo de las tecnologías de medios digitales. Sin medios digitales, simplemente no habría Nube. (Wikström, 2013, p. 86)

Estas tres características engloban la importancia que han cobrado, en el negocio de la música, figuras como la del consumidor y el músico aficionado (no profesional) o aquel que produce su propia música en su computadora, al que de ahora en adelante se referirá como músico independiente.

Como precedente a las tres secciones siguientes, que hablan de los modelos de negocio de música en el ámbito digital un poco más a fondo, puede consultarse lo que en su momento fue el IUMA (Internet Underground Music Archive).³⁶

2.1.1 Online stores.

El primer modelo a revisar es el de las tiendas de música en línea, el cual permite al usuario acceder a un amplio catálogo de música a través de un navegador web o la aplicación móvil (conocidas también simplemente como *apps*) correspondiente a dicha tienda, para después escoger y comprar el producto deseado. En un inicio hubo varios esfuerzos para atraer a los consumidores a hacer la transición a este tipo de servicio, tanto por parte de las compañías discográficas como por terceras partes; sin embargo, ninguna tuvo mucho éxito hasta la aparición de la iTunes Store (inicialmente llamada iTunes Music Store), la casi inmediatamente popular tienda de música iTunes de la compañía estadounidense fabricante de computadoras Apple, la cual fue la primera en ofrecer descargas de canciones individuales (de un álbum), y que de acuerdo con Wikström (2013) “...aún domina en gran medida el mercado [global de la música grabada]”³⁷; asimismo:

...fue capaz de convencer a todas las grandes [compañías disqueras] de proveer su música al servicio de iTunes. iTunes fue el primer servicio de ese tiempo en permitir a los consumidores el descargar canciones individuales, de manera separada del álbum, sin ser requeridos a darse de alta a una suscripción mensual. (Wikström, 2013, p. 103)

³⁶ Si bien su sitio web ya no existe, el contenido (o parte del mismo) del mismo está preservado en: <https://archive.org/details/iuma-archive>.

³⁷ De acuerdo con un comunicado de prensa de Apple del 25 de febrero del 2010, “iTunes es la tienda de música minorista número 1 del mundo y presenta el catálogo de música más grande del mundo con más de 12 millones de canciones.” (<http://www.apple.com/pr/library/2010/02/25iTunes-Store-Tops-10-Billion-Songs-Sold.html>).

Otras tiendas de música en línea que vale la pena mencionar son: Amazon Music (que también ofrece servicios de almacenamiento de música), Google Play; y la versátil Bandcamp, cuyos principales usuarios son artistas independientes (la cual también funge como página de promoción para dichos artistas), y dentro de sus servicios, no tiene limitaciones geográficas de ningún tipo y ofrece una variedad de opciones para la calidad y formato de los archivos de música ahí contenidos, sin mencionar que permite al consumidor escuchar las piezas musicales completas antes de tomar la decisión de comprarlas, o no, y que no se queda con ninguna parte de las ganancias de los artistas usuarios.

Cabe mencionar también, que la mayoría de tiendas de música en línea permiten al consumidor escuchar una porción de las canciones en sus respectivos catálogos, de este modo ofreciendo el servicio de *streaming*, o visionado directo (término que se usará de este punto en adelante),³⁸ en cierta medida; dicho visionado directo, haciendo referencia a de Nova Labián (2010), “consiste en la posibilidad de reproducción de contenidos de audio o video sin necesidad de descargar previamente el archivo a nuestro ordenador”.

2.1.2 Servicios de radio *premium*.

Sería complicado tratar de utilizar un solo término para englobar al tipo de servicio que ofrecen las compañías cuyo énfasis está en el ofrecer música bajo demanda de sus usuarios siendo que, cada una de ellas trata de diferenciarse de la competencia, ninguna es igual a la otra. En ese sentido, se referirá a ellos como “servicios de radio *premium*”;³⁹ siendo que no ofrecen un simple servicio de radio por internet, sino que van más allá permitiendo al usuario diferentes

³⁸ Término utilizado por Jorge Ledesma Ibáñez en su obra *Piratería Digital en la Propiedad Intelectual*.

³⁹ La palabra *premium*, proveniente del latín *praemium*, que si bien tiene su equivalente en español (premio), esta no actúa como modificador como sí lo hace su contraparte anglosajona, la cual otorga la cualidad de superior y por tanto de mayor precio al objeto referido.

grados de personalización basados en la interacción de dicho usuario con el servicio y/o la configuración usada dentro del servicio. Otra manera de ver el funcionamiento de estos servicios, es en base a la línea divisoria propuesta por Patrik Wikström (2013) que se rige bajo los términos de “propiedad y acceso”; dicha propiedad o acceso, en relación a las obras musicales, varía dependiendo del servicio en cuestión al que se refiera.

Los grados de personalización y características extra (o de propiedad y acceso) que se le ofrecen al usuario normalmente tienen limitaciones al usar los servicios en su versiones básicas, y asimismo, dichas limitaciones se van eliminando conforme el usuario se suscribe a las modalidades de paga de dichos servicios; las mencionadas suscripciones generalmente son mensuales, lo que a su vez normalmente significa que después de que se le hace el cobro por la suscripción, el usuario puede cancelarla en cualquier momento y seguir gozando de las características, únicamente accesibles por las cuentas o suscripciones de ese tipo (*premium*), por el resto del periodo considerado en la suscripción.

A nivel global, hablando del amplio alcance que algunos de estos servicios tienen, quizá el más popular en el mundo sea el ofrecido por Spotify; después de haber sido “...establecido por dos suecos... en 2006” (Wikström, 2013, p. 118), y gracias a su persistencia, “[los ejecutivos de las compañías discográficas] se dieron cuenta que quizá Spotify podría ser capaz de competir con la piratería y compensar a los titulares de derechos.”⁴⁰ Otro de los factores que influyeron en gran parte a su popularidad, es el de la adecuada implementación de un modelo *freemium* (término en inglés que surge de la unificación de las palabras *free* y *premium*, del mismo idioma, que en ese tiempo apenas cobraba popularidad), que consiste en ofrecer un servicio inicialmente gratuito, patrocinado por medio de comerciales, para atraer clientes, y después cobrar extra por

⁴⁰ Wikström, *op. cit.*, p.119.

características propietarias del servicio o mayor funcionalidad del mismo, como también para remover los antes mencionados comerciales.

Otros servicios que también vale la pena mencionar son los de Deezer, 8tracks, Google Play Music, Jango, Rdio y Soundcloud, esté último fungiendo más como un sitio de distribución y promoción para artistas (del cual se hablará más a detalle en la sección siguiente que trata acerca de redes sociales). En la Tabla 2 se pueden observar las características, consideradas como las más importantes, que presentan los diferentes modelos usados por los servicios antes mencionados:

Tabla 2

Características de los modelos usados por los diferentes servicios de radio *premium*.

| Servicio | Características del contenido | | |
|--------------------------|-------------------------------|--------------------|-----------------|
| | <u>Sin comerciales</u> | <u>A la carta</u> | <u>Descarga</u> |
| 8tracks | ✓ | \$ | x |
| Apple Music ^a | \$ | \$ | \$ |
| Deezer | \$ | ✓, \$ ^b | \$ |
| Google | ✓ | \$ | limitada |
| Jango | x | x | x |
| Rdio | x | \$ | \$ |
| Spotify | \$ | ✓ | \$ |
| Soundcloud | ✓ | ✓ | ✓ ^c |

Nota. Los datos contenidos en la tabla (de elaboración propia) van de acuerdo a la fecha de elaboración de la misma (08/06/2015).

\$ = Características disponibles con suscripción de paga.

^a Sin versión gratuita del servicio.

^b Para la aplicación destinada a dispositivos móviles.

^c Sujeto a disponibilidad.

Es importante resaltar el hecho de que todos los servicios de este tipo cuentan con la funcionalidad de visionado directo (*streaming*), ya sea con diferentes grados de limitación o sin límite alguno.

2.1.3 Redes sociales.

Sin entrar en detalles en cuanto a la definición de una red social, bien es cierto que actualmente casi cualquier sitio web tiene alguna funcionalidad de las consideradas como de redes sociales, o compatibilidad para con ellas, los servicios ofrecidos por los aquí considerados, como los principales o más emblemáticos, reúnen un conjunto mínimo de características orientadas a su uso como red social en el ámbito de la industria musical, que cronológicamente son: Myspace, YouTube y Soundcloud.

De las redes sociales en el ámbito de la música, Myspace fue la primera (fundada en 2003) en tener un alcance masivo a nivel internacional; si bien nunca ha estado restringido el acceso a un tipo de usuario en específico (de hecho, en sus inicios era una red social que no estaba orientada específicamente a la música), sí es cierto que tiene un gran énfasis en la música (y sus creadores); pese a que ya no es tan popular como antes, en parte debido a la aparición de otros servicios más focalizados o certeros en cuanto a lo que ofrecen, tanto su enfoque como su uso siguen siendo para la promoción de contenido musical principalmente.

En segundo lugar apareció YouTube (fundada en 2005), el cual originalmente fue implementado como un sitio en dónde cualquier usuario pudiera subir sus videos de manera sencilla y sin mayores restricciones. Al año de haber sido fundada, y tras haber adquirido gran popularidad como medio de difusión gratuito, la compañía fue comprada por Google y actualmente opera como una de sus subsidiarias; el servicio, si bien sigue siendo gratuito, ahora

es financiado por medio de comerciales embebidos en los videos disponibles o subidos a dicho servicio, y dentro del ámbito musical, es considerada por los sellos discográficos como la plataforma de difusión por excelencia: debido a su alcance masivo y al hecho de que no les implica un costo cuando la utilizan para subir contenido, dígame videos musicales, de los artistas en su portafolio. Otro punto o situación que vale la pena mencionar, es el de los casos de los artistas emergentes de YouTube; quizá el mayor exponente de éxito alcanzado por medio de YouTube hasta la fecha sea el de Justin Bieber,⁴¹ sin embargo, la postura del sitio con respecto a los artistas emergentes está pasando de ser meramente un medio de promoción y difusión, a tomar el rol de una verdadera plataforma para lanzar la carrera de los mismos.⁴²

De los tres servicios a revisar, Soundcloud es el único que desde un principio fue ideado con un enfoque específico en la música. Este sitio funciona principalmente como medio de promoción para los artistas, y es principalmente usado por los nuevos o emergentes que muchas veces no cuentan con el respaldo de un sello discográfico que posea los recursos necesarios para encargarse de los costos de una campaña promocional más comprensiva; los artistas usando el sitio pueden interactuar con sus seguidores de diversas maneras (a manera de retroalimentación), tener acceso a cierta información estadística en cuanto a las características del tráfico (reproducciones) que han tenido sus obras en dicha plataforma, e incluso poner dichas obras a disposición del público por medio de descargas directas.

⁴¹ Véase artículo de la división de noticias ABC News en: <http://abcnews.go.com/GMA/Weekend/teen-pop-star-justin-bieber-discovered-youtube/story?id=9068403>.

⁴² Más al respecto en el artículo de la revista de negocios Forbes en línea: <http://www.forbes.com/sites/zackomalleygreenburg/2015/03/18/with-youtube-for-artists-music-data-connection-deepens/>

2.2 Piratería, *Fair Use* e Intercambio de Archivos Digitales

Ya contemplados los modelos que caen en la parte estrictamente lícita de la industria de fonogramas, se revisará ahora su contraparte: aquellos sitios o servicios en línea que, por su funcionalidad y características, resultan ilícitos ante los ojos de las legislaciones alrededor del mundo (piratería y violación de derechos de autor), así como los casos en los que resulta haber excepciones –o los contemplados por la ley como actos aún permisibles– (el llamado *fair use* en el derecho anglosajón, literalmente “uso justo” en español, y el derecho de copia privada en el continental), y los que entran en un ámbito controversial que muchas veces aún no está regulado por completo en el ámbito legal (intercambio de archivos digitales). Para aclarar, primeramente, a lo que se refiere como piratería en el ámbito digital, se referirá al siguiente pasaje escrito por Ledesma Ibáñez:

Con carácter general, se entiende por piratería digital cualquier acto que se realiza en el ámbito de la Red, por el cual se lleva a cabo una explotación de derechos de propiedad intelectual sin contar con la pertinente autorización del titular de los mismos, con el fin de eludir el cumplimiento de la ley en beneficio [económico] propio. Este concepto surge como consecuencia de las constantes vulneraciones de derechos de autor que se realizan de forma masiva e indiscriminada en internet. (Ledesma Ibáñez, 2011, p. 25)

Si bien el concepto de piratería digital, como lo menciona Ledesma Ibáñez en el pasaje anterior, surge como consecuencia de las vulneraciones de derechos de autor en internet, dichas vulneraciones han sido virtualmente imposibles de prevenir desde un inicio, en otras palabras, desde que fue establecido en ley el derecho de autor (y en su caso los derechos conexos); hablando específicamente de la industria de fonogramas, este tipo de piratería se ha presentado de diversas maneras, y hoy en día son varios los métodos por los cuales esta práctica sigue vigente.

La piratería digital es un fenómeno complejo de analizar en tanto que se encuentra en permanente cambio a medida que las nuevas tecnologías ofrecen nuevas posibilidades de reproducir y poner a disposición del público obras protegidas a través de diversos formatos, multitud de soportes y procesos tecnológicos en constante evolución. (Ledesma Ibáñez, 2011, p. 26 y 27)

Antes de entrar en detalle a dichos métodos o medios (por los cuales se realiza la piratería digital en el ámbito de la música), se hablará de la dicotomía que existe como resultado del choque entre los conceptos del derecho de copia privada, correspondiente a los consumidores, y los llamados sistemas de gestión de derechos digitales (DRM) usados por las compañías que producen o distribuyen las obras protegidas.

2.2.1 Derecho de copia privada versus DRM.

Como ya se mencionó antes, los derechos exclusivos conferidos por el derecho de autor y los derechos conexos tienen sus limitantes; específicamente hablando del derecho de reproducción, existen provisiones en las diferentes legislaciones para exceptuar tal derecho exclusivo que poseen los titulares de las obras, en el sentido de que no es siempre necesario que el usuario solicite consentimiento o autorización alguna, ni que pague por licencias de uso, para la reproducción de sus obras y que dicha reproducción resulte lícita. En el derecho anglosajón, dichas cuestiones están englobadas bajo la doctrina del *fair use* (EUA) o la defensa del *fair dealing* (en otros países, que literalmente significa “trato justo” en español), las cuales establecen parámetros similares para aplicarse; en el derecho continental, aunque no existe un equivalente preciso, las legislaciones consideran al normalmente llamado derecho de copia privada (y otras

excepciones comparables), el cual permite al consumidor realizar copias (reproducciones) de las obras protegidas para su uso privado.

Tanto el *fair use* (y el *fair dealing*) como el derecho de copia privada, entran dentro del supuesto de que: la copia de la obra a la que se tiene acceso para hacer uso o ejercer los mismos es, en origen, lícita (y por tanto ya fue realizada la compensación correspondiente al titular de los derechos).

Además, parece conveniente aclarar, que dicha compensación económica, no supone una compensación por los actos de “piratería” de obras protegidas, ya que un acto ilícito no se puede gravar con una tasa. De lo que se trata es de compensar al autor por la realización de copias privadas lícitas, y por tanto, la justificación del gravamen de soportes tanto digitales como analógicos... (de Nova Labián, 2010, p. 50 y 51)

En el que podría llamarse “el otro lado de la moneda” se encuentran los llamados sistemas de gestión de derechos digitales o DRM⁴³ (por sus siglas en inglés), los cuales, empezaron a formar parte de la industria de fonogramas (desde 2002 en CD’s de audio de acuerdo a de Nova Labián, 2010; y que por cierto tiempo su uso se convirtió en una norma de carácter tácito dentro de la industria) tiempo después de que las obras protegidas por la propiedad intelectual empezaran a distribuirse de manera no autorizada o ilícita en el ámbito digital (muchas veces convirtiéndose después en copias físicas de la obra que eran vendidas de manera clandestina, días o incluso semanas antes de la fecha oficial de lanzamiento de la obra en cuestión.⁴⁴), ya que esto representaba una pérdida económica para los titulares de los derechos de dichas obras.

⁴³ Siglas para *Digital Rights Management*.

⁴⁴ Que aunque ya es una práctica o suceso común en el ámbito de la piratería, el comentario está basado en el artículo *The Man Who Broke the Music Business – The dawn of online piracy*, por Stephen Witt, publicado en la revista

Los sistemas DRM se utilizan tanto para proteger el contenido, como para su comercialización, distribución y mercadeo. Los DRM establecen las condiciones y términos de uso: cómo, quién, cuánto, dónde, en qué forma. Un ejemplo son [o mejor dicho, fueron] los DRM-Fairplay, sistema desarrollado para el Ipod, que se diseñó para permitir sólo tres reproducciones para los usuarios legítimos. (Torres, 2009, p. 7)

Para continuar esclareciendo lo que abarca el término DRM y su relación con el derecho de copia privada, ahora se revisará al siguiente pasaje:

Con la mirada dirigida a potenciar este latente mercado digital de forma respetuosa con las respectivas leyes de Propiedad Intelectual, las empresas comenzaron, hace ya tiempo, a utilizar los “Sistemas de Gestión de Derechos Digitales” o “Digital Rights Management”, con el objetivo de poder comercializar nuevos modelos de provisión de contenidos. (de Nova Labián, 2010, p. 20)

Cabría aclarar que, aunque de Nova Labián pareciera otorgarle a la manera de actuar de las empresas un carácter virtuoso o recto con la frase “de forma respetuosa con las respectivas leyes de Propiedad Intelectual”, la realidad es que estos sistemas de gestión de derechos digitales han sido principalmente impulsados por una mentalidad capitalista, por parte de las grandes compañías discográficas y otras (tanto en la industria de fonogramas como en la industria del entretenimiento en general), que se refleja en los modelos de negocio que usan y su manera de actuar: siempre orientadas bajo la prioridad de generar ganancias.

Retomando el asunto de la dicotomía que existe entre el derecho de copia privada y los DRM, y relacionándolo con el párrafo anterior, esa ambición por generar ganancias que impulsó tanto el uso de los DRM comenzó a ser contraproducente para las mismas empresas que lo implementaron; los consumidores de la industria de fonogramas fueron los que se rebelaron contra el uso de estos sistemas, que para ellos resultaba como una barrera a ejercer su derecho de copia privada o incluso de uso sobre las obras que adquirirían y tenían algún DRM (que a veces no permitían la reproducción de la misma excepto por ciertos medios específicos), pero sobretodo, como una inconveniencia que rápidamente se vio sobrepasada por alternativas como la piratería u otras soluciones que vulneraban dichos sistemas.

Así, nos encontramos que la tendencia dentro de la industria discográfica, ha sido la de una progresiva eliminación de los DRM de sus contenidos. El sello EMI fue el primero en dar el paso, en el año 2006, de ofrecer música sin DRM..., a la que le siguieron otras grandes discográficas y decenas de sellos independientes. ...en 2007, Amazon... empezó a vender canciones libres. Y así llegamos al que podría ser un golpe definitivo... 2009, cuando Apple anunció la eliminación del DRM de iTunes...

Al día siguiente de la decisión de Apple, la filial en Francia de Warner Music dijo que también retiraría las medidas de protección de su catálogo... (de Nova Labián, 2010, p. 31)

Apenas seis años después (2015), de lo que aparentaba ser el fin de los DRM con la decisión de dejar de usarlos por parte Apple, nos encontramos con que los servicios de visionado directo más populares, o los más usados, han retomado los DRM de tal manera que el consumidor está dispuesto a pagar suscripciones mensuales por el acceso a un contenido musical que, si bien pareciera basto, es casi el mismo mes tras mes; en otras palabras, los

consumidores están pagando de manera mensual por tener acceso a virtualmente el mismo contenido por el simple hecho de que les resulta conveniente (incluso más conveniente que obtener el mismo o parte del contenido por otros medios, ya sean estos lícitos o ilícitos) y/o satisface su necesidad por este tipo de contenido.

Quizás el efecto individual más duradero de los intentos de limitar la piratería en línea por parte de los titulares de derechos ha sido un impacto negativo en la reputación de la industria de la música... Los tomadores-de-decisiones de la industria de la música están muy conscientes del daño que sus esfuerzos de recobrar el control de la distribución ha causado a su ya dañada reputación. Aún así, ellos no ven otra opción más que hacer todo lo posible para sustentar el valor de sus propiedades intelectuales: “Pareciera que somos anti toda nueva tecnología que aparece... pero eso no es realmente verdad, me refiero a que a veces es verdad pero eso es por buena razones, por buenas razones de negocios. Eso es difícil de proyectar a los medios o al público” (representativo de organización del medio de la música). (Wikström, 2013, pág. 156)

Se reitera, que pese a todo lo mencionado, en cuanto a la cuestión derecho de copia privada contra DRM: al consumidor, más que el preocuparse por exigir que se respeten sus derechos, le preocupa y se conforma con el mínimo que satisface su zona de confort, y la conveniencia que deriva de la misma.

2.2.1.1 Descargas directas y software P2P.

Hoy en día, los principales métodos para la descarga e intercambio de archivos digitales en internet son por medio de las descargas directas, de servidor a cliente, y el software que utiliza redes *peer-to-peer* (P2P), de cliente a cliente. Ahora bien, cabe aclarar que el obtener o intercambiar archivos por estos medios no implica un acto ilícito en sí mismo; el acto ilegal únicamente ocurre en caso de que se violen los derechos de los titulares de las obras de acuerdo a la legislación del territorio en cuestión (generalmente el de reproducción y el de divulgación). Comenzando por esclarecer lo que implican las descargas directas de archivos:

Uno de los principales sistemas de descarga de archivos que se utilizan en Internet, es el de las denominadas “descargas directas”. Éstas permiten descargarnos un archivo a nuestro ordenador sin necesidad de conectarnos a las redes de intercambio de archivos denominadas P2p. (de Nova Labián, 2010, p. 95)

Continuando con la diferenciación de ambos términos, y también, aclarando ahora lo que abarca el de *peer-to-peer*:

Es a finales de 1999 cuando aparecen por primera vez los sistemas de intercambio de archivos en la Red, denominados sistemas *peer to peer* (P2P). Bajo la definición de redes *peer to peer*, red informática entre iguales (que se traduciría de par a par o de punto a punto) se incluyen aquellas redes que no tienen clientes ni servidores fijos y que funcionan a través de una serie de nodos (ordenadores) que se comportan simultáneamente como clientes y como servidores respecto de los demás nodos de la Red. Estos sistemas permiten a los usuarios de todo el mundo «intercambiar» entre sí millones de ficheros que

normalmente contienen obras ajenas protegidas por la propiedad intelectual.

(Ledesma Ibáñez, 2011, p. 27 y 28)

Como se ha venido comentando, el consumidor de la industria de fonogramas está teniendo una inmersión en el ámbito digital que es cada vez mayor conforme al paso del tiempo; combinado con la importancia que le otorgan esos mismos consumidores (en su mayoría) a la conveniencia de acceso a contenido musical de su preferencia, es como se ha ido dando el uso de estos medios (de descarga e intercambio de archivos digitales), tanto de manera lícita como ilícita. Aclarando también que, en principio, el funcionamiento de los sitios o software que ofrecen servicios basados en la utilización de estos métodos no incurren en actos de piratería digital por sí solos.

...Casi todos los titulares de derechos, y la mayoría del “establecimiento” [grupo dirigente, dominante o élite], argumentan que las tecnologías digitales, tales como las redes P2P, habilitan a los consumidores a adquirir música sin el consentimiento del propietario y sin pagar por el uso de los productos... De acuerdo a este razonamiento, el intercambio ilegal de archivos ha permitido a los consumidores reducir sus compras de música grabada por canales legítimos y utilizar métodos gratuitos pero ilegales de adquisición de música. (Wikström, 2013, p. 152)

El anterior pasaje de Wikström habla de uno de los puntos de vista acerca de las redes P2P que habilitan a los consumidores a realizar intercambio de archivos digitales, y asume que son utilizadas para un intercambio ilegal de archivos en su mayoría, y a su vez, que dicha utilización afecta el volumen de ventas de la industria de fonogramas. El que generalmente se toma como “el” otro punto de vista, es el que sostiene que la utilización de redes P2P no es únicamente para el intercambio ilegal de archivos, y que dicho intercambio –tanto el legal como

el ilegal– funciona como promotor de contenido musical y no necesariamente afecta negativamente a los titulares de los derechos.

2.2.1.2 Protocolo BitTorrent.

De especial interés, dentro de la categoría de redes P2P, resulta el protocolo BitTorrent por su predominancia en el ámbito y su amplio uso entre los cibernautas. Entrando un poco más a detalle en cuanto a su funcionamiento:

...el usuario que desea realizar la descarga de un archivo..., debe en primer lugar instalar en su ordenador un programa que sea cliente del sistema BitTorrent. Dicho programa, ..., no incorpora ningún buscador de archivos, por lo que será necesario acudir a alguna página web [o sitio web como The Pirate Bay] que ponga a disposición del público un listado de archivos descargables [*sic*] a través de BitTorrent, y que permita la descarga del archivo torrent... para poder comenzar la descarga desde los usuarios que en ese momento se encuentren compartiendo el archivo. (de Nova Labián, 2010, p. 104 y 105)

Si bien BitTorrent no fue el primero de su tipo, han sido varios los factores que contribuyeron para su éxito actual, principalmente, su adopción como medio de distribución (tanto por parte de empresas que generan contenido multimedia como de artistas), y los pasos que ha tomado la empresa estadounidense (BitTorrent, Inc) hacia ofrecer servicios que sean atractivos para el consumidor (contribuyendo así a que estos no tengan que recurrir a la piratería). Un caso que ejemplifica bastante bien los dos factores mencionados, es el del solista Thom Yorke (vocalista principal y líder de la banda Radiohead) cuando para distribuir su álbum, *Tomorrow's Modern Boxes*, lo hizo únicamente a través del sitio de BitTorrent: “Mientras que el protocolo es

comúnmente explotado para piratear películas y música, BitTorrent lanzó recientemente un producto que permite a los artistas combinar contenido de paga con contenido gratuito, llamado "BitTorrent Bundle".⁴⁵

Por último, para cerrar con este apartado, vale la pena mencionar que la mala fama que muchas veces se le atribuye a este protocolo hoy en día proviene, principalmente, del sitio web The Pirate Bay.⁴⁶

2.2.2 Casos.

En este apartado, se hablará de manera general de algunos de los casos más sonados (o representativos) en cuanto a la tecnología de redes P2P y de descargas directas, y su relación con la piratería en el ámbito digital; al igual que, hasta cierto grado, del impacto que estos han tenido en la industria de fonogramas.

El que generalmente se considera como el primer "escándalo" de este tipo, es el que surgió a partir del popular servicio ofrecido por Napster:

Aunque las redes P2P tiene una larga historia y muchos usos legítimos, cuando en 1999 alcanzó al público en general en la forma del software Napster, se volvió perpetuamente vinculado a la distribución ilegal de música grabada (Alderman 2001). El software Napster se esparció rápidamente entre los usuarios del Internet y creció a proporciones gigantes. El progreso de esta situación no pasó desapercibido por las grandes compañías discográficas, las cuales llevaron a juicio al creador de Napster Shawn Fanning, donde se le emitió

⁴⁵ Extracto del artículo escrito el 5 de enero del 2015 por Lisa Eadicicco, titulado *Radiohead's Thom Yorke Made Millions From BitTorrent*. Para ver el artículo completo, refiérase a: <http://www.businessinsider.com/radiohead-thom-yorke-solo-album-on-bittorrent-made-millions-2015-1>

⁴⁶ Del cual, y de la mala fama de las redes P2P en general, se hablará más en la § Casos.

una orden de cese y desistimiento. Fanning siguió esa orden eventualmente, pero una vez que el concepto P2P fue conocido entre el público en general, otras tecnologías más sofisticadas pronto le siguieron. (Wikström, 2013, pág. 151)

Entre aquellos que surgieron tras Napster se encuentran: Kazaa y Kazaa Lite, LimeWire, Ares Galaxy y eMule; dependiendo de diversos factores, varió su grado de popularidad y tiempo que duraron en funcionamiento, cada uno teniendo también diferencias en su modo de operar dentro de las redes P2P.

Durante la época en la que aún no era muy difundido entre el público en general el uso de estas redes, ni entendido del todo por el mismo, muchos usuarios del internet probaban y experimentaban con diferentes clientes (P2P) para la descarga de contenido digital, mientras que hubo otros que recurrían a métodos menos intrincados: sitios de descargas directas; dado que su funcionamiento básicamente consiste en ofrecer un servicio de almacenamiento de archivos, no es hasta que algún usuario de dichos sitios comparte el acceso a alguno de sus archivos –y que dicho archivo contenga obras protegidas por la propiedad intelectual– que se incurre en la violación de los derechos del titular de la obra en cuestión, que a nivel individual, podría argumentarse que resulta más complicado de regular para las compañías o sociedades de gestión de derechos que algún software utilizando redes P2P. Entre los sitios de descargas directas (de contenido digital) más usados se encuentran: Mediafire, Box, Dropbox, Google Drive, Mega y OneDrive.⁴⁷

Finalmente, el caso del sitio web The Pirate Bay (fundado en 2003) resulta particularmente peculiar debido a la ideología de sus fundadores:

⁴⁷ Cabe hacer mención de otros dos sitios: Rapidshare y Megaupload, que fueron ampliamente usados hasta que el primero fue disuelto y el segundo cerrado por el Departamento de Justicia de Estados Unidos por cuestiones de violación de derechos propiedad intelectual.

Tras... el juicio... contra los cuatro responsables del portal «The Pirate Bay», la justicia sueca determinó que los administradores de dicha página fueran condenados a un año de prisión por ser cómplices del delito de distribución ilegal de material protegido por la Ley de derechos de autor de ese país...

A pesar del fallo, el portavoz del portal manifestó que no cesarán sus actividades... (Ledesma Ibáñez, 2011, p. 150)

Dicha ideología le ha otorgado al sitio las cualidades de ser sumamente flexible y durable a pesar de los repetidos intentos, el más reciente habiendo sido en 2014,⁴⁸ que ha habido para cerrarlo. Cabe resaltar el hecho de que la condena determinada por la justicia sueca fue: por complicidad del delito de distribución ilegal de material protegido por la Ley pertinente de dicho país, siendo que el sitio no es más que un índice de contenido digital en línea donde los visitantes son los que se encargan de contribuir con la disponibilidad de dicho contenido.

3. Yo, Mexicano

Como punto de partida para el artista-intérprete musical mexicano: “Deben distinguirse dos hipótesis: la del autor independiente y la del autor ligado a un tercero en virtud de un contrato de alquiler de obra o de [prestación de] servicios.” (Colombet, 1997, p. 39). También se aclara que se hará una diferenciación entre las siguientes figuras: la del artista como autor (compositor e intérprete de sus obras); la del artista como intérprete o ejecutante (de obras ajenas), haciendo especial énfasis en la del autor musical sobre la del estrictamente ejecutante; la del músico profesional, aquel que posee la documentación necesaria de acuerdo a la ley estatal correspondiente para ostentarse como tal (profesionista); y la del músico amateur o aficionado,

⁴⁸ Para más detalles, véase el artículo en línea del periódico británico The Guardian: <http://www.theguardian.com/technology/2014/dec/10/swedish-police-raid-pirate-bay>.

siendo este la contraparte del anterior. Una vez hecha la distinción en cuanto a la situación propia, se puede entonces comenzar a revisar los factores circundantes a la misma.

Este capítulo hablará del panorama en México para la figura del músico mencionada en el párrafo anterior (como la de especial interés), tomando en cuenta desde la legislación del país; el entorno comercial, tanto a nivel nacional como internacional; las opciones de distribución y contratación, así como el poder de negociación de las partes involucradas; hasta la posibilidad de elegir un modelo a seguir una vez considerados y revisados estos puntos.

3.1 Legislación y el Comercio en Práctica Dentro del Ámbito Musical

En cuanto a la parte legislativa del ámbito musical en México, principalmente serán dos las leyes a considerar: la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA, y su respectivo reglamento) y, en su caso, la Ley Federal del Trabajo (LFT); como también, el Código Civil Federal (entre otras) de manera complementaria. Sin embargo, antes de revisar dicha legislación, se retomará el tema de las reproducciones de obras musicales como productos en el comercio y las problemáticas que llegan a existir a nivel internacional por cuestiones de regulación a la propiedad intelectual inherente a las mismas, como las importaciones paralelas o la piratería.

Pese a que “los Estados deben garantizar la debida tutela de los derechos de autor, ...atacando sin cuartel el comercio de mercaderías con falsificación marcaría o reproducción no autorizada de obras protegidas bajo derechos de autor”, y que “por otra parte, ...deben a su vez fiscalizar de manera adecuada la incidencia de estos derechos de autor, ...en la tributación que pudiera corresponder con motivo de la compraventa internacional de las mercaderías” (Cotter, 2011, p. 23), cuando se trata de piratería, debido a que en México esta práctica es considerada como delito penal (desde que se hicieron las reformas al Código Penal y a la ley de Propiedad

Industrial, en 2010), es la PGR la que posee las facultades sobre asuntos de esta índole, encontrándose entonces el SAT, irónicamente, sin el poder de sancionar esta práctica; lo que es más, dando pie a que las aduanas sean “indulgentes” cuando detectan la misma.

Relacionado a lo anterior, hablando ahora de la parte comercial en términos más prácticos, la mayor parte de las transacciones que existen en el ámbito musical hoy en día se realizan a través de medios digitales, por lo que se hará énfasis en el comercio electrónico del ámbito y se llegará a la figura del contrato como punto de convergencia entre ambas partes.

Los negocios basados en los productos y servicios del derecho de autor y los derechos conexos son parte importante en el comercio electrónico, ...en su gran mayoría están constituidos por obras protegidas...

La naturaleza de los bienes y servicios protegidos... permite que se den dos tipos de comercio electrónico con ellos: el indirecto, que utiliza Internet únicamente como canal de promoción, mercadeo, oferta, e incluso de pago de estos productos y servicios, pero su distribución o realización del servicio debe hacerse de manera física; y el directo, en el que todo el proceso de comercialización se da en línea, incluyendo el pago y entrega del producto o la realización del servicio.

Cuando un proveedor de contenidos desde su sitio web pone a disposición de los usuarios obras protegidas..., siendo su entrega en línea o en forma física, debe haber obtenido y negociado con los titulares de los derechos de tales obras la respectiva autorización sobre todas las posibles formas de utilización, lo cual deberá determinarse en el contrato o licencia de manera muy precisa. Así mismo, deberá establecer un acuerdo con los usuarios dentro del marco de una licencia para el uso, acceso o adquisición de las obras y/o

prestaciones intelectuales a través de su sitio web, en una y otra forma [también conocido como EULA, por sus siglas en inglés]...

Insistimos en afirmar que en el comercio electrónico el contrato adquiere un valor fundamental. Refiriéndose a éste, dice el Estudio sobre Comercio Electrónico y Propiedad Intelectual de la OMPI: “quizá pueda considerarse la medida autoregulatoria [*sic*] más importante de que disponen las partes implicadas en el comercio electrónico.” (Torres, 2009, p. 8 y 9)

Tomando el anterior fragmento del artículo de Torres como marco de referencia en cuanto a las dinámicas que existen entre las partes del ámbito musical que no producen el contenido del mismo, entiéndase no-músicos,⁴⁹ se revisará ahora la legislación mexicana pertinente y se continuará con la relaciones que pueden llegar a existir entre las partes antes mencionadas y los músicos, así como las implicaciones que estas relaciones muchas veces conllevan o suscitan.

3.1.1 Ley federal del derecho de autor.

Dentro de esta ley se revisará de especial manera el capítulo II del título V, titulado “de los artistas intérpretes o ejecutantes”, así como el capítulo II del título II y el capítulo I del título III de su reglamento, que hablan del derecho patrimonial y de la transmisión de derechos respectivamente. Cabe señalar que esta ley aglutina en un solo término a los artistas intérpretes y artistas ejecutantes, o bien, no hace diferenciación real entre ellos, lo cual deja claro en su artículo 116: “Los términos artista intérprete o ejecutante designan al actor, narrador, declamador, cantante, músico, bailarín, o a cualquiera otra persona que interprete o ejecute una obra literaria o artística ...o que realice una actividad similar a las anteriores...”

⁴⁹ Como lo son o pudieran ser: los consumidores, distribuidores, usuarios, comerciantes, proveedores, productores, etc.

Para cualquier músico, son de especial interés los artículos 117 bis y 118 de la ley: el primero, por establecer que “tiene el derecho irrenunciable a percibir una remuneración por el uso o explotación de sus interpretaciones o ejecuciones que se hagan con fines de lucro directo o indirecto, por cualquier medio, comunicación pública o puesta a disposición”, en pocas palabras, ni un contrato firmado por el músico en cuestión, diciendo que este renuncia a su derecho de percibir una remuneración, prevalecería sobre lo que dice la ley; y en relación a una relación contractual el 118, que aclara el derecho, y sus limitaciones, de oposición a ciertos actos⁵⁰ sobre las obras del músico, dicho de otro modo, el control que él tiene sobre las mismas; más específicamente:

“...se consideran agotados una vez que ...haya autorizado la incorporación de su ...interpretación en una fijación visual, sonora o audiovisual, siempre y cuando los usuarios que utilicen con fines de lucro dichos soportes materiales, efectúen el pago correspondiente.”

Finalmente,⁵¹ hablando propiamente de relaciones contractuales entre un músico y un tercero,⁵² los artículos de interés son el 120 y el 121: el primero menciona la obligación de los contratos de interpretación o ejecución a “precisar los tiempos, períodos, contraprestaciones y demás términos y modalidades bajo los cuales se podrá fijar, reproducir y comunicar al público dicha interpretación o ejecución”, y el segundo, la implicación de que “salvo pacto en contrario, la celebración de un contrato entre un artista intérprete o ejecutante y un productor de obras audiovisuales ...conlleve el derecho de fijar, reproducir y comunicar al público las actuaciones

⁵⁰ Dígase: la comunicación pública de sus interpretaciones o ejecuciones, la fijación de sus interpretaciones o ejecuciones sobre una base material, y la reproducción de la fijación de sus interpretaciones o ejecuciones.

⁵¹ Sin olvidar que la duración de la protección que la ley mexicana otorga a los artistas intérpretes o ejecutantes será de setenta y cinco años contados a partir de: la primera fijación de la interpretación o ejecución en un fonograma, la primera interpretación o ejecución de obras no grabadas en fonogramas, o la transmisión por primera vez a través de la radio, televisión o cualquier medio.

⁵² Aún cuando el músico sea autor y altamente independiente, resultaría complicado que pudiera realizar por si mismo (sin tener que firmar contratos de algún tipo) todas las actividades implicadas para desarrollarse en el medio de manera efectiva.

del artista”, como también menciona que “lo anterior no incluye el derecho de utilizar en forma separada el sonido y las imágenes fijadas en la obra audiovisual, a menos que se acuerde expresamente.” El primer artículo sirviendo como medida de prevención para los músicos, y el segundo como una aclaración al principio de voluntad de las partes que normalmente rige las relaciones contractuales. Es en este contexto, de relaciones contractuales, en el que surge la importancia de los artículos del reglamento que cubren aspectos de derecho patrimonial; en específico, lo relativo a la generación y al pago de regalías, y la manera y condiciones en las que se da o realiza el mismo.

A manera de paréntesis, para los músicos que también son los productores de sus propias obras, sería conveniente revisar también el capítulo IV de la LFDA (de los Productores de Fonogramas) dado que en su caso se “sumarían” los derechos de los productores de fonogramas a los derechos de artistas o ejecutantes antes mencionados, así como las obligaciones o regulaciones mencionadas en ambas instancias.

3.1.2 Las opciones: distribución y contratación.

Recordando la distinción de cuatro figuras diferentes que se hizo –artista-autor, artista-ejecutante, músico profesional y músico aficionado–, primero se revisarán las opciones de contratación; las posibles opciones que se presentan en la Tabla 3 irán de acuerdo a las mismas, como también a las aspiraciones del músico a una carrera independiente o a firmar con un sello discográfico (músico contratado).

En cuanto al último caso, firmar con un sello discográfico, existen varios escenarios posibles; principalmente dependiendo de si se existe una transmisión de derechos patrimoniales dentro del contrato firmado entre músico y compañía disquera. Dentro de la Tabla 3 se supondrá

que el músico contratado transfirió dichos derechos, o parte de ellos, a través del contrato; siendo lo anterior el caso típico cuando el poder de negociación del músico es poco o nulo.⁵³

Tabla 3

Opciones típicas del músico independiente y del músico contratado.

| Tipo de Contrato | Independiente | | Contratado | |
|---|--------------------|-------------------------|--------------------|-------------------------|
| | Autor ^a | Ejecutante ^b | Autor ^c | Ejecutante ^b |
| - De edición de obra musical | ✓ | x | x | x |
| - De representación escénica | ✓ | x | x | x |
| - De radiodifusión | ✓ | x | x | x |
| - De producción audiovisual | ✓ | x | x | x |
| - Publicitario | ✓ | x | x | x |
| - De prestación de servicios | ✓ | ✓ | ✓* | ✓* |
| - De prestación de servicios profesionales ^d | ✓ | ✓ | ✓* | ✓* |

Nota. Los tipos de contrato contenidos en la tabla (de elaboración propia) van de acuerdo a la LFDA y al CCF.

^a Compositor, intérprete de sus obras y titular del derecho patrimonial.

^b De obras ajenas.

^c Compositor e intérprete de sus obras.

^d Contrato reservado para los considerados por la ley como (músicos) profesionales.

* Dependiendo si el contrato en cuestión es exclusivo.

⁵³ Véase § El «infame» contrato; poder de negociación de las partes.

Continuando ahora con las opciones de distribución, particularmente en el caso del músico como autor independiente,⁵⁴ resultaría importante –prácticamente indispensable– hacer uso de las herramientas adecuadas para la distribución de la música; en este caso, considerando el costo-beneficio como principal factor, los medios digitales son la opción más accesible y con mayor alcance para cualquier músico.

Ya sea iTunes, Spotify, Amazon, Google Play, Bandcamp, Shazam o cualquiera la plataforma deseada por el músico para vender y/o dar a conocer su música, cada una posee sus propios términos de uso que el usuario tendría que aceptar antes de empezar a usarlas. Siendo el caso de un músico independiente, normalmente sería él mismo quien tendría que subir sus obras a cada una de manera independiente; sin embargo, ya existen servicios –estrictamente de distribución digital– que se encargan de hacer dicho proceso por un precio. Su costo, características y alcance varían según sea el caso y puede ser por suscripción o por evento (por año, o por canción o álbum); también, es normal que ofrezcan el servicio de gestión colectiva de derechos dentro del medio digital. Ejemplos de este tipo de servicios son: Distrokid, Tunecore y CDBaby.

Tanto en el caso de contratación como de distribución, las opciones que tendrá un músico en particular irán de acuerdo a su situación específica y a los pasos que esté dispuesto a tomar. Las siguientes dos secciones –*Artista musical* y *Ejecutante musical*– hablarán de manera más específica de las situaciones del músico como autor e intérprete,⁵⁵ y del músico como estrictamente ejecutante respectivamente.

⁵⁴ Dado que el músico contratado rara vez, si es que alguna vez, se preocupa por cuestiones de distribución, entre otras, de sus obras.

⁵⁵ Se hace nuevamente el recordatorio de que, aunque la ley no hace distinción entre el caso del artista y el ejecutante musical, este documento los considera a ambos como ampliamente diferentes.

3.1.2.1 *Artista musical.*

Como puede observarse en la Tabla 3, siendo autor e intérprete de sus obras, el músico independiente tiene una amplia variedad de opciones; lo anterior podría considerarse, dependiendo de lo que se desee, como algo bueno o algo malo. Bueno, en el sentido de que se tiene la libertad de elegir entre las opciones, y existe también la posibilidad de ser flexible con respecto a la situación particular del músico: tiempo y forma de hacer las cosas; malo, en cuanto a que lo anterior viene con el “precio” de no contar con el respaldo o apoyo de figuras como la de la compañía discográfica para cuestiones legales, de financiamiento, de promoción, etc.

En el caso de ser ya un músico contratado, el artista musical, en teoría, no tiene porqué preocuparse por otra cosa más que componer y tocar su música; en la práctica, es raro que las compañías discográficas tengan como primera prioridad el bienestar económico de los músicos que firman con ellos, siendo que ven primeramente si les conviene invertir o seguir invirtiendo en él, de acuerdo a los pronósticos de ganancia que hayan proyectado.

Regresando al caso del artista independiente, el ecosistema de la industria musical en México puede resultar adverso sin los recursos de una disquera a su disposición; sin embargo, con el avance de la tecnología, es cada vez más plausible no sólo que el artista viva de hacer música, sino de que el ingreso que obtenga sea comparable al de cualquier otra profesión o negocio propio.

A manera de ejemplo: “Bruno” es un músico independiente que se ha dedicado a componer y tocar sus canciones en diversos bares y restaurantes de la región. Después de cierto tiempo, decide lanzar una campaña en un sitio de *crowdfunding*⁵⁶ para financiar la grabación de

⁵⁶ Término anglosajón que se refiere a la práctica de financiar un proyecto o empresa recaudando los fondos de un número grande de personas, contribuyendo cada una de ellas con una cantidad relativamente pequeña de dinero comparada con el total de la meta a alcanzar del proyecto. Sin tener equivalente oficial, el término “micromecenazgo” y la frase “financiación colectiva o masiva” son usadas en español.

su primer disco; usando diversas redes sociales como principal método de promoción para la campaña (e.g. Soundcloud, YouTube, Facebook, etc.) Bruno pide el apoyo de sus amigos, conocidos y de cualquier persona que ha llegado a mostrar interés por su música para que contribuyan y, a su vez, promocionen la campaña. Transcurrido el tiempo para alcanzar la meta de la campaña, la misma es exitosa, excediendo incluso la meta establecida, y Bruno procede a grabar el disco en cuestión para después poder entregar las recompensas prometidas a los contribuyentes de su campaña. Con el excedente recaudado de la campaña, Bruno es capaz de cubrir el costo de un distribuidor digital que se encarga de colocar su álbum en las plataformas digitales más populares (e.g. iTunes, Shazam, etc.), como también de hacer algo de promoción para el lanzamiento del disco por diversos medios, incluyendo una cantidad limitada de presentaciones en locaciones selectas. Pasado un tiempo, gracias a los ingresos percibidos de las copias vendidas del disco, Bruno se dedica a promocionar y dar una pequeña gira de presentaciones en vivo durante los siguientes meses, la cual resulta en suficientes ingresos para iniciar con la grabación de un segundo álbum discográfico.

Terminado el ejemplo, ¿ha habido –o es siquiera posible– un caso como este en México? La respuesta corta, y aparentemente obvia, es: no; una respuesta más acertada sería: aún no. Las herramientas ya existen y son accesibles para cualquier persona con conocimientos básicos de tecnologías de información; es, sobretodo, cuestión de su adecuada implementación, uso y algo de iniciativa para lograr algo parecido al ejemplo del párrafo anterior. Sin entrar a detalles por el momento,⁵⁷ se hablará ahora un poco de la situación del ejecutante musical.

⁵⁷ Dichos detalles, debido a la gama de temas que se tocarán, reservados para la § Selección de un Modelo a Seguir y Conclusiones.

3.1.2.2 Ejecutante musical.

La figura del músico como ejecutante musical es tal, que ya desde hace bastante tiempo se desenvuelve de la misma manera en sociedad; desde la época medieval hasta la contemporánea dicha figura se ha desarrollado, sobretodo, dentro de instituciones que fungen como “colección[es] metódica[s] de los principios o elementos... de un arte [la música]...”,⁵⁸ principalmente en la forma de orquestas, coros o conjuntos musicales.

Dentro de la Tabla 3, es poca la variación que se presenta entre el caso del ejecutante musical independiente y el del contratado, y al igual que sus limitadas opciones, esto es debido a su circunstancia de no-autor. En cuanto a las diferencias que pueden llegar a presentarse entre ambos casos, va a depender en gran parte de los términos del contrato en cuestión a los que esté sujeto el músico; en particular si existe una cláusula de exclusividad dentro del mismo, la cual limitaría al ejecutante de establecer relaciones de trabajo con otros empleadores de manera paralela, en otras palabras, trabajar en diferentes lugares o proyectos dentro de cierto periodo de tiempo (el que el contrato establezca).

Otra de las limitantes que pueden llegar a existir para el ejecutante musical, en cuanto al ámbito laboral, es el tiempo. Por ejemplo, si el músico quisiera pertenecer a un conjunto de jazz, y al mismo tiempo cumplir con su papel dentro de la orquesta –de la que ya es parte–, posiblemente no tenga el suficiente tiempo para ensayar y desempeñarse de manera adecuada en ambas; sin embargo, en caso de tener el tiempo suficiente, el no estar limitado por un contrato en cuanto a sus opciones resultaría vital para el músico versátil o para aquel que necesita otros medios de ingreso económico.

⁵⁸ Haciendo referencia a la sexta acepción de la palabra «institución» del Diccionario de la lengua española.

3.1.3 El «infame» contrato; poder de negociación de las partes.

En cuanto a la posición del autor, músico en este caso, vinculado por un contrato de trabajo a un tercero, incluyendo los contratos de prestación de servicios, Baylos expone lo siguiente en relación a sus derechos:

Por la propia naturaleza de estos contratos, el derecho de explotación de las obras creadas por estos autores, salvo supuestos muy especiales, corresponde al empresario y no al trabajador.

Ahora bien, aplicada literalmente tal concepción al caso que tratamos, sucedería que la condición de autor del trabajador –que exigiría ostentar y poder ejercitar en la práctica de un modo pleno su derecho de disposición sobre la obra– quedaría debilitada e incluso desvanecida.

No se olvide que el autor posee, junto a los derechos patrimoniales un derecho moral, que si se quiere que conserve su condición de autor, habrá de poder ejercitar.

La doctrina asiste con preocupación a esta situación que ofrece evidentes dificultades y para cuya solución las diferentes legislaciones tratan de habilitar una fórmula en la que se concilie la realidad de que corresponde al empresario el resultado del trabajo que ha sido contratado, con los intereses y derechos del trabajador-autor. (Baylos Corroza, et al., 2009, p. 927 y 928)

Cuando llega el momento de firmar, es de suma importancia para el músico entender el aspecto de transmisión de derechos; el saber qué pasará con su(s) obra(s), su control sobre la(s) misma(s) y qué tanto gozará de su usufructo una vez que el “infame” contrato entre en vigor.

Al respecto, la legislación mexicana plantea dos posibilidades: la de la titularidad de la propiedad intelectual bajo una relación laboral y la titularidad de la misma en obras realizadas

bajo encargo. A modo de diferenciación, la primera abarca las relaciones que se dan entre músicos y compañías discográficas, u otras donde la obra musical no tiene un fin específico aparte de su propia comercialización, y su origen proviene de la voluntad del autor; la segunda cubre relaciones que se dan entre músicos y personas físicas, o morales, donde la obra en cuestión típicamente será parte de un proyecto más grande (i.e. película, videojuego, etc.) que no fue resultado de la voluntad del músico.

1. Titularidad de la PI de obras musicales bajo una relación laboral

En cuanto a los derechos patrimoniales, el artículo 84 de la LFDA “...señala claramente que, a falta de pacto en contrario, los derechos patrimoniales de las obras realizadas bajo una relación laboral regida por un contrato individual de trabajo por escrito se repartirán por partes iguales entre patrón y trabajador.”⁵⁹ (Magaña Rufino, 2014, p. 158) A lo cual se agrega que, “...si no existe contrato individual de trabajo por escrito, los derechos patrimoniales de las obras creadas bajo una relación de trabajo corresponden completamente al trabajador” de acuerdo al mismo artículo.

De los derechos morales, el artículo 84 menciona: “El patrón podrá divulgar la obra sin autorización [derecho] del trabajador, pero no al contrario.” Sin mayor alusión a los mismos, el resto de los derechos morales le siguen perteneciendo al músico empleado.

2. Titularidad en obras realizadas bajo encargo

De acuerdo al artículo 83 de la LFDA, “salvo pacto en contrario, la persona física o moral que comisione la producción de una obra o que la produzca con la colaboración

⁵⁹ Acorde al artículo 20 de la LFT, el contrato individual de trabajo, cualquiera que sea su forma o denominación, es aquel por virtud del cual una persona se obliga a prestar a otra un trabajo personal subordinado, mediante el pago de un salario.

remunerada de otras, gozará de la titularidad de los derechos patrimoniales sobre la misma...”, aclarando así la correspondencia de la titularidad del derecho patrimonial; en cuanto a la de los derechos morales, refiriéndose a dicho titular, “...y le corresponderán las facultades relativas a la divulgación, integridad de la obra y de colección sobre este tipo de creaciones.”

Así, podemos decir que la persona que encarga una obra autoral es también autor de la obra, pues la concibe y en algunos casos dirige su creación, mientras que el autor solo se encarga de su realización material, siguiendo las instrucciones del que comisiona la obra.

Por otro lado, la persona que participe en la creación de la obra de forma remunerada, tendrá derecho a que se mencione expresamente su calidad de autor, artista, intérprete o ejecutante acorde a su participación en la obra, pero no será el titular de los derechos de explotación comercial de la obra, ni podrá impedir su divulgación. (Magaña Rufino, 2014, p. 160)

Por último, el artículo 83 bis de la LFDA aclara en el caso específico de las obras musicales: “...la persona que participe en la realización de una obra musical en forma remunerada, tendrá el derecho al pago de regalías que se generen por la comunicación o transmisión pública de la obra...”⁶⁰ Aclarando también los requisitos a cumplir para que una obra se considere realizada por encargo, “...los términos del contrato deberán ser claros y precisos, en caso de duda, prevalecerá la interpretación más favorable al autor. El autor también está facultado para elaborar su contrato cuando se le solicite una obra por encargo.”

⁶⁰ Lo anterior en términos de los artículos 26 bis y 117 bis de la LFDA.

Resaltando el hecho de que, en ambas circunstancias, la ley especifica que la titularidad de los derechos de PI va de acuerdo a lo que se pacte en el contrato, esto no implica una igualdad de condiciones en cuanto al poder de negociación de las partes para la elaboración del mismo; salvo que el músico ya goce de renombre considerable, la balanza de poder dentro de la negociación de los términos del contrato estará siempre a favor de la otra parte: el empresario, la compañía discográfica, el futuro empleador, etc.

3.2 Conclusiones y Selección de un Modelo a Seguir

En el caso de México se puede concluir que la manera en que su comercio con otros países ha desarrollado las relaciones dentro del ámbito internacional, es en gran parte responsable del estado actual de la protección de derechos de propiedad intelectual en el país, al igual que el otorgamiento de un beneficio mayor a figuras diferentes a la del autor, son un resultado directo de la misma; aparte de las compañías discográficas, las organizaciones de gestión colectiva⁶¹ del derecho de autor y los derechos conexos son otra de las tales figuras que muchas veces perciben beneficios mayores que el propio autor de las obras. Para ilustrar el funcionamiento de la gestión colectiva la OMPI, en su sitio, plantea lo siguiente, “El creador de una obra tiene derecho a autorizar o a prohibir el uso de sus obras... Un escritor puede... un músico puede autorizar la grabación de su obra o interpretación en disco compacto.” Eso de manera individual, pero dependiendo del tipo de uso de la obra, en ciertos casos “...la gestión individual de... derechos es prácticamente imposible. Los autores no pueden ponerse en contacto con... cada una de las emisoras... para negociar las autorizaciones necesarias para que se utilicen sus obras y reciban la remuneración que les corresponde.” Lo que haría aparente que “la imposibilidad material de

⁶¹ Refiriéndose a la OMPI: “Por gestión colectiva se entiende el ejercicio del derecho de autor y los derechos conexos por organizaciones que actúan en representación de los titulares de derechos y en defensa de los intereses de estos últimos.”

gestionar esas actividades de forma individual, tanto para el titular de los derechos como para el usuario, hace necesario crear organizaciones de gestión colectiva...” Sin embargo, debido a la naturaleza de la relación entre los autores y dichas organizaciones, son ellas quienes perciben mayor beneficio por gestionar los derechos de una gran cantidad de autores. En comparación, el autor es un solo individuo recibiendo beneficios de un número de obras mucho menor.

Sin ser una solución o método definitivo, se hablará de ciertos pasos que podría tomar el músico independiente para la selección de un modelo a seguir correspondiente a su situación particular.

Empezando por la parte de la financiación para la grabación de un álbum, lo típico es que se recurra a préstamos, ya sea bancarios o de otro tipo, a la disposición de ahorros o a ambos. Si es cierto que los sitios de micromecenazgo (*crowdfunding*), son una realidad, es cierto también que en México aún no está arraigado su uso y son hasta desconocidos por la persona promedio; otra realidad, es la falta de iniciativa de los músicos mexicanos por probar métodos alternativos de financiación y promoción, lo triste no siendo eso, sino las limitaciones existentes o la falta de circunstancias propicias en el medio musical del país para las condiciones adecuadas que apoyen a los artistas y den pie a cambiar la situación actual del mismo. Dicho lo anterior, no por eso resultaría imposible la utilización de un sitio web de micromecenazgo como Kickstarter, Indiegogo o GoFundMe para la recaudación de fondos de un proyecto musical mexicano.

Una posible solución o alternativa para lo mencionado al respecto del poder de negociación de las partes que tienen los músicos emergentes, es la diferenciación; en otras palabras, resaltar en la mente del consumidor o escucha como algo más que un músico del montón. Para lograr dicho cometido, no hay una única manera ni una fórmula que lo garantice; sin embargo, como se ha mencionado a lo largo del documento, hay ciertos elementos o

herramientas que le servirán al músico que busca estar informado, sobrepasar limitaciones, desenvolverse plenamente: diferenciarse.

En cuanto a lo legal, el conocimiento y entendimiento de sus derechos siempre será de suma importancia para el músico, independientemente de sus circunstancias particulares, jamás algo que deba considerarse como secundario dentro de sus prioridades; está de más decir que es siempre preferente velar por los intereses propios en vez de dejarlo en manos de un tercero, y que siempre será preferente para el músico tener el respaldo de un contrato en cualquier tipo de relación, ya sea laboral u otra, para garantizar la obtención de lo que le corresponde en dicha relación.

En general para el músico mexicano, y en particular para el que es también artista-autor, la elección de un modelo o camino a seguir dependerá de sus circunstancias particulares, y de aquellas que son inherentes a su esencia o espíritu como ente creativo.

A manera de nota final, con el propósito de proveer al músico que va empezando su carrera una idea general del contenido de los diferentes contratos que podría llegar a encontrarse o necesitar en algún punto de la misma, se anexan diez contratos tipo a este documento.⁶² Por el carácter general de un contrato tipo, este debe ser adaptado a la situación en particular para la que se desee utilizar, siempre tomando en cuenta la legislación pertinente para el caso en cuestión (del país, estado, etc.).

⁶² Los contratos mencionados tienen como origen la guía *10 Music Contracts*, elaborada por Jean Vincent en colaboración con Gerard Louise, publicada por la UNESCO (Vincent & Louise, 2009).

Referencias

- Baylos Corroza, H., Baylos Morales, M., Baz y Baz, L., Castán Pérez-Gómez, A., Curell Aguilà, M., Delgado Porras, A., y otros. (2009). *Tratado de Derecho Industrial*. Civitas.
- Colombet, C. (1997). *Grandes principios del derecho de autor y los derechos conexos en el mundo: estudio de derecho comparado* (Tercera ed.). (P. Almeida, Trad.) Madrid: UNESCO/CINDOC.
- Correa, C. (1998). *Acuerdo TRIPs: regimen internacional de la propiedad intelectual*. Buenos Aires: Ciudad Argentina.
- Cotter, J. P. (2011). La Propiedad Intelectual y el Control Aduanero. La Experiencia Argentina. En A. Rohde Ponce, *La Actividad Aduanera y los Retos del Futuro* (1ª edición ed., págs. 23-33). D.F.: Academia Internacional de Derecho Aduanero.
- de Nova Labián, A. J. (2010). *La Propiedad Intelectual en el Mundo Digital*. Barcelona: Ediciones Experiencia, S.L.
- Goldstein, P. (2001). *International Copyright: Principles, Law, and Practice*. OXFORD UNIVERSITY PRESS.
- Ledesma Ibáñez, J. (2011). *Piratería Digital en la Propiedad Intelectual*. Barcelona: Editorial Bosch, S.A.
- Lipszyc, D. (1993). *Derecho de autor y derechos conexos*. Buenos Aires: Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura - Unesco, Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC), Víctor P. de Zavalía S.A.
- Lipszyc, D. (2004). *Nuevos temas de derecho de autor y derechos conexos*. Buenos Aires: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - Unesco. Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLALC). Víctor P. Zavalía S.A.

Magaña Rufino, J. M. (2014). Titularidad de la propiedad industrial e intelectual en México realizada bajo una relación de trabajo o por encargo. *Revista La Propiedad Inmaterial* (18), 145-165.

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual [OMPI]. (s.f.). ¿Qué es la Propiedad Intelectual? *Publicación de la OMPI N° 450(S)* . Ginebra, Suiza.

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual [OMPI]. (s.f.). Principios básicos del derecho de autor y derechos conexos. *Publicación de la OMPI N° 909(S)* . Ginebra, Suiza.

Ruiz Medrano, S. F. (2007). (Tesis Doctoral, Universitat de València). *La protección jurídica de las propiedades especiales en el ámbito internacional: México y España* . Valencia, Valencia, España.

Torres, M. (2009). El derecho de autor y las tecnologías de la información y la comunicación. *Pensar el Libro* (6).

Vincent, J., & Louise, G. (2009). *10 Music Contracts*. (A. Corona Parra, Trad.) París: UNESCO.

Wikström, P. (2013). *The Music Industry* (2ª ed.). Cambridge, Gran Bretaña: Polity Press.

SITUACIÓN DE LOS ARTISTAS INTÉRPRETES MUSICALES

Anexo 1

Contrato de Grabación de Fonogramas (Exclusivo)

Este contrato entre el artista principal y el productor establece un acuerdo exclusivo para la grabación de fonogramas que serán publicados comercialmente. En el caso de que un grupo permanente de artistas exista, el contrato debe ser firmado por todos los miembros del grupo. Este contrato garantiza una relación balanceada, asegurando que los artistas sean remunerados justamente y que los productores puedan explotar los fonogramas con la posibilidad más grande de éxito.

EL ARTISTA o el GRUPO PERMANENTE DE ARTISTAS (en lo sucesivo “EL ARTISTA”)

EL PRODUCTOR DE FONOGRAMAS (en lo sucesivo “EL PRODUCTOR”)

CLÁUSULAS

PRIMERA.- Objeto del Contrato

EL PRODUCTOR contrata a EL ARTISTA para grabar uno o más fonogramas que serán explotados individualmente o como parte de un álbum. La(s) obra(s) a grabar incluye(n) lo siguiente:

NOTA: El contrato debe incluir, cuando corresponda, los requerimientos de las leyes de trabajo/contractuales/propiedad intelectual del país en el cual el contrato es ejecutado.

SEGUNDA.- Territorio, Exclusividad y Duración

El propósito de este contrato es el de la explotación a nivel global de los fonogramas producidos en ejecución de este contrato.

EL ARTISTA le otorga a EL PRODUCTOR el derecho exclusivo de fijación de las interpretaciones de EL ARTISTA en un fonograma, durante un periodo de __ año(s).

NOTA: El derecho exclusivo de fijación significa que EL ARTISTA no puede grabar fonogramas para otro productor durante el periodo convenido de exclusividad. Después de este periodo de tiempo, EL PRODUCTOR estará autorizado para explotar los fonogramas relevantes grabados en ejecución de este contrato, sujeto al pago de regalías correspondientes a EL ARTISTA bajo este contrato.

TERCERA.- Autorización de Explotación

EL ARTISTA autoriza, para el propósito de comercialización pública alrededor del mundo, la fijación y reproducción por parte de EL PRODUCTOR de los fonogramas definidos en la cláusula PRIMERA.

Por consiguiente, EL PRODUCTOR tendrá el derecho de manufacturar, publicar, vender por cualquier medio (audio casete, CD, audio DVD u otros formatos existentes) o por medio de redes de comunicación en línea (Internet y otras), y comunicar al público en cualquier formato los fonogramas definidos en la cláusula PRIMERA. EL PRODUCTOR podrá hacerlo bajo el título, sello o marca de su elección y alrededor del mundo.

EL PRODUCTOR debe publicar cada fonograma de acuerdo al calendario de producción y explotación siguiente:

CUARTA.- Sesiones de Grabación

La elección de fecha y lugar de las sesiones de grabación, incluyendo las de los músicos y directores artísticos, se hará a partir de mutuo acuerdo entre EL ARTISTA y EL PRODUCTOR.

La versión final de cada fonograma, que ambas partes tendrán que encontrar satisfactoria (incluyendo la mezcla), se determinará a partir de mutuo acuerdo entre las partes.

QUINTA.- Remuneración por las Sesiones de Grabación

EL PRODUCTOR debe pagarle a EL ARTISTA una remuneración de ____ por sesión de grabación.

SEXTA.- Regalías

Como compensación para el otorgamiento de los derechos de EL ARTISTA bajo este contrato, EL PRODUCTOR debe pagarle regalías a EL ARTISTA como enseguida se calcula:

1. Ventas de Distribuidores en Tiendas o por Correo

a. para ventas en el país de producción (nombre del país), las regalías serán calculadas en base al precio de mayoreo, antes de impuestos, de cada copia del fonograma vendido, a la tarifa adecuada establecida a continuación:

- __% de las ventas entre 0 y 20,000 copias (dependiendo del tamaño del mercado);
- __% de las ventas de más de 20,000 copias (dependiendo del tamaño del mercado);

NOTA: Las tarifas promedio varían entre 8% y 12%.

“Precio de mayoreo” significa el precio de catálogo, antes de impuestos, tal y como es publicado por EL PRODUCTOR durante el año de la venta.

- b. para ventas en el extranjero, la tarifa de las regalías será de 60% de la tarifa determinada en el párrafo a., a menos que lo especifique de otro modo en la legislación interna del país donde el contrato está establecido (e.g. en algunos países la tarifa es de 50%);
- c. cuando la manufactura sea en el extranjero, las regalías serán calculadas basadas en el precio de mayoreo usado en el país extranjero respectivo;
- d. en casos de exportación directa, las regalías serán calculadas basadas en el precio de mayoreo como es usado en el país de producción;
- e. todas las copias devueltas o destruidas, copias promocionales y gratuitas, y copias vendidas a un precio menor al 70% del precio normal serán excluidas del cálculo de regalías;
- f. EL ARTISTA acepta, de antemano, que los fonogramas producidos en ejecución del presente convenio sean explotadas como parte de compilaciones, incluyendo compilaciones de varios artistas. En dichos casos, las regalías serán calculadas *pro rata numeris*.

NOTA: “Pro rata numeris” significa que las regalías generadas por la venta de un álbum compilatorio son divididas en partes iguales de acuerdo al número de fonogramas incluidos en la compilación. Por ende, por ejemplo, si la compilación comprende 10 fonogramas, el artista principal de cada fonograma recibe 1/10mo de las regalías totales.

2. Ventas en línea (Internet y otros)

Cuando las ventas ocurren por medio de redes de comunicación en línea (Internet y otras), las regalías pagaderas a EL ARTISTA serán de __% del monto recibido, antes de impuestos, por EL PRODUCTOR.

NOTA: Las tarifas promedio varían entre 15% y 30%.

3. Transmisión y Comunicación al público

A menos que este especificado de otro modo por la ley nacional, en el caso de transmisión o comunicación al público, las regalías pagaderas a EL ARTISTA serán de __% del monto recibido, antes de impuestos, por EL PRODUCTOR, excepto cuando la transmisión o la comunicación al público este sujeta a una remuneración pagada directamente por la(s) organización(es) relevante(s) a la organización de gestión colectiva que administra los derechos de artistas en el país en el que la transmisión o comunicación al público ocurra. En dichas situaciones, las reglas de distribución de la sociedad de gestión colectiva aplicarán.

NOTA: La tarifa usual es de 50% para todos los ejecutantes (artista principal y artistas acompañantes).

4. Otros Usos

Cualquier explotación diferente a los usos mencionados en las cláusulas PRIMERA y TERCERA, incluyendo usos en anuncios, películas o presentaciones en vivo, y con respecto a productos especiales, será sujeta a la autorización previa por escrito de EL ARTISTA y al pago de una remuneración específica a EL ARTISTA. Cuando estos derechos hayan sido asignados por EL ARTISTA a una organización de gestión colectiva, la autorización previa debe ser otorgada por dicha organización.

SÉPTIMA.- Cuentas y Pago de Regalías

Los reportes de regalías serán establecidos el 30 de Junio y el 31 de Diciembre de cada año natural. EL PRODUCTOR enviará los reportes a EL ARTISTA dentro de los siguientes tres meses posteriores a las fechas señaladas anteriormente, junto con el pago de regalías. Si EL ARTISTA consiste de varias personas físicas (un grupo), EL PRODUCTOR enviará reportes de regalías y los pagos correspondientes distribuidos en partes iguales a cada uno de los beneficiarios, individualmente. EL ARTISTA tendrá el derecho a pedir cualquier documentación relacionada a las cuentas y reportes de regalías.

OCTAVA.- Promoción y Publicidad

EL PRODUCTOR hará la promoción del o los fonogramas, según sea el caso, de acuerdo con las prácticas consuetudinarias de la profesión. Al hacerlo, EL PRODUCTOR será capaz de usar libremente el nombre de EL ARTISTA, como también las fotografías e imágenes representando a EL ARTISTA. Estas fotografía e imágenes serán escogidas por mutuo acuerdo entre EL ARTISTA y EL PRODUCTOR.

EL ARTISTA debe participar, durante el periodo de exclusividad y sujeto a la disponibilidad de EL ARTISTA, y mientras sea razonablemente factible, en cualquier programa de radio o televisión, sesión fotográfica y entrevista con el fin de promover el o los fonogramas, según sea el caso. EL PRODUCTOR negociará con las organizaciones de transmisión y de prensa una remuneración justo y especial para EL ARTISTA en compensación por la participación de EL ARTISTA. Además, EL PRODUCTOR asumirá cualquier gasto hecho por EL ARTISTA relacionado a las actividades promocionales, incluyendo gastos de transporte y hospedaje.

EL PRODUCTOR debe proveer a EL ARTISTA, incluyendo a todas las partes del presente contrato, 5 copias gratuitas de cualquier Sencillo o Álbum que EL PRODUCTOR publicará en ejecución del contrato.

NOVENA.- Transferencia del Contrato

Los derechos y obligaciones bajo este contrato no podrán ser transferidas por EL PRODUCTOR a un tercero sin la autorización previa por escrito de EL ARTISTA.

DÉCIMA.- Misceláneos

Las partes deberán informar a la otra de cualquier cambio de dirección. Este contrato será regido por la ley del país de producción. Completado y firmado en _____, el __ de _____ del año ____ en __ copias originales.

EL ARTISTA

EL PRODUCTOR

Anexo 2

Contrato de Grabación de Fonogramas (No Exclusivo)

Este contrato organiza la relación entre el artista principal y un productor para la grabación de fonogramas que serán publicados comercialmente con carácter no exclusivo. En el caso de que un grupo permanente de artistas exista, el contrato debe ser firmado por todos los miembros del grupo. Este contrato garantiza una relación balanceada, asegurando que los artistas sean remunerados justamente y que los productores puedan explotar los fonogramas con la posibilidad más grande de éxito.

EL ARTISTA o el GRUPO PERMANENTE DE ARTISTAS (en lo sucesivo “EL ARTISTA”)

EL PRODUCTOR DE FONOGRAMAS (en lo sucesivo “EL PRODUCTOR”)

CLÁUSULAS

PRIMERA.- Objeto del Contrato

EL PRODUCTOR contrata a EL ARTISTA para grabar uno o más fonogramas que serán explotados individualmente o como parte de un álbum. La(s) obra(s) a grabar incluye(n) lo siguiente:

NOTA: El contrato debe incluir, cuando corresponda, los requerimientos de las leyes de trabajo/contractuales/propiedad intelectual del país en el cual el contrato es ejecutado.

SEGUNDA.- Territorio, Duración y Ausencia de Exclusividad

El propósito de este contrato es el de la explotación a nivel global de los fonogramas producidos en ejecución de este contrato.

EL ARTISTA deberá estar a la disposición de EL PRODUCTOR con el propósito de grabar los fonogramas definidos en la cláusula PRIMERA durante un periodo de __ año(s).

Bajo este contrato, EL ARTISTA no está sujeto a ninguna exclusividad en cuanto a la grabación de fonogramas. EL ARTISTA por consiguiente será libre de grabar para otro productor cualquier fonograma, incluyendo para las obras que han sido el objeto de un fonograma producido en ejecución del presente contrato.

Después de la grabación de los fonogramas definidos en la cláusula PRIMERA, EL PRODUCTOR estará autorizado a explotar los fonogramas grabados en ejecución de este contrato, sujeto al pago de regalías correspondientes a EL ARTISTA bajo este contrato.

TERCERA.- Autorización de Explotación

EL ARTISTA autoriza, para el propósito de comercialización pública alrededor del mundo, la fijación y reproducción por parte de EL PRODUCTOR de los fonogramas definidos en la cláusula PRIMERA.

Por consiguiente, EL PRODUCTOR tendrá el derecho de manufacturar, publicar, vender por cualquier medio (audio casete, CD, audio DVD u otros formatos existentes) o por medio de redes de comunicación en línea (Internet y otras), y comunicar al público en cualquier formato los fonogramas definidos en la cláusula PRIMERA. EL PRODUCTOR podrá hacerlo bajo el título, sello o marca de su elección y alrededor del mundo.

EL PRODUCTOR debe publicar cada fonograma de acuerdo al calendario de producción y explotación siguiente:

CUARTA.- Sesiones de Grabación

La elección de fecha y lugar de las sesiones de grabación, incluyendo las de los músicos y directores artísticos, se hará a partir de mutuo acuerdo entre EL ARTISTA y EL PRODUCTOR.

La versión final de cada fonograma, que ambas partes tendrán que encontrar satisfactoria (incluyendo la mezcla), se determinará a partir de mutuo acuerdo entre las partes.

QUINTA.- Remuneración por las Sesiones de Grabación

EL PRODUCTOR debe pagarle a EL ARTISTA una remuneración de ____ por sesión de grabación.

SEXTA.- Regalías

Como compensación para el otorgamiento de los derechos de EL ARTISTA bajo este contrato, EL PRODUCTOR debe pagarle regalías a EL ARTISTA como enseguida se calcula:

1. Ventas de Distribuidores en Tiendas o por Correo

a. para ventas en el país de producción (nombre del país), las regalías serán calculadas en base al precio de mayoreo, antes de impuestos, de cada copia del fonograma vendido, a la tarifa adecuada establecida a continuación:

- __% de las ventas entre 0 y 20,000 copias (dependiendo del tamaño del mercado);
- __% de las ventas de más de 20,000 copias (dependiendo del tamaño del mercado);

NOTA: Las tarifas promedio varían entre 8% y 12%.

“Precio de mayoreo” significa el precio de catálogo, antes de impuestos, tal y como es publicado por EL PRODUCTOR durante el año de la venta.

- b. para ventas en el extranjero, la tarifa de las regalías será de 60% de la tarifa determinada en el párrafo a., a menos que lo especifique de otro modo en la legislación interna del país donde el contrato está establecido (e.g. en algunos países la tarifa es de 50%);
- c. cuando la manufactura sea en el extranjero, las regalías serán calculadas basadas en el precio de mayoreo usado en el país extranjero respectivo;
- d. en casos de exportación directa, las regalías serán calculadas basadas en el precio de mayoreo como es usado en el país de producción;
- e. todas las copias devueltas o destruidas, copias promocionales y gratuitas, y copias vendidas a un precio menor al 70% del precio normal serán excluidas del cálculo de regalías;
- f. EL ARTISTA acepta, de antemano, que los fonogramas producidos en ejecución del presente convenio sean explotadas como parte de compilaciones, incluyendo compilaciones de varios artistas. En dichos casos, las regalías serán calculadas *pro rata numeris*.

NOTA: “Pro rata numeris” significa que las regalías generadas por la venta de un álbum compilatorio son divididas en partes iguales de acuerdo al número de fonogramas incluidos en la compilación. Por ende, por ejemplo, si la compilación comprende 10 fonogramas, el artista principal de cada fonograma recibe 1/10mo de las regalías totales.

2. Ventas en línea (Internet y otros)

Cuando las ventas ocurren por medio de redes de comunicación en línea (Internet y otras), las regalías pagaderas a EL ARTISTA serán de __% del monto recibido, antes de impuestos, por EL PRODUCTOR.

NOTA: Las tarifas promedio varían entre 15% y 30%.

3. Transmisión y Comunicación al público

A menos que este especificado de otro modo por la ley nacional, en el caso de transmisión o comunicación al público, las regalías pagaderas a EL ARTISTA serán de __% del monto recibido, antes de impuestos, por EL PRODUCTOR, excepto cuando la transmisión o la comunicación al público este sujeta a una remuneración pagada directamente por la(s) organización(es) relevante(s) a la organización de gestión colectiva que administra los derechos de artistas en el país en el que la transmisión o comunicación al público ocurra. En dichas situaciones, las reglas de distribución de la sociedad de gestión colectiva aplicarán.

NOTA: La tarifa usual es de 50% para todos los ejecutantes (artista principal y artistas acompañantes).

4. Otros Usos

Cualquier explotación diferente a los usos mencionados en las cláusulas PRIMERA y TERCERA, incluyendo usos en anuncios, películas o presentaciones en vivo, y con respecto a productos especiales, será sujeta a la autorización previa por escrito de EL ARTISTA y al pago de una remuneración específica a EL ARTISTA. Cuando estos derechos hayan sido asignados por EL ARTISTA a una organización de gestión colectiva, la autorización previa debe ser otorgada por dicha organización.

SÉPTIMA.- Cuentas y Pago de Regalías

Los reportes de regalías serán establecidos el 30 de Junio y el 31 de Diciembre de cada año natural. EL PRODUCTOR enviará los reportes a EL ARTISTA dentro de los siguientes tres meses posteriores a las fechas señaladas anteriormente, junto con el pago de regalías. Si EL ARTISTA consiste de varias personas físicas (un grupo), EL PRODUCTOR enviará reportes de regalías y los pagos correspondientes distribuidos en partes iguales a cada uno de los beneficiarios, individualmente. EL ARTISTA tendrá el derecho a pedir cualquier documentación relacionada a las cuentas y reportes de regalías.

OCTAVA.- Promoción y Publicidad

EL PRODUCTOR hará la promoción del o los fonogramas, según sea el caso, de acuerdo con las prácticas consuetudinarias de la profesión. Al hacerlo, EL PRODUCTOR será capaz de usar libremente el nombre de EL ARTISTA, como también las fotografías e imágenes representando a EL ARTISTA. Estas fotografía e imágenes serán escogidas por mutuo acuerdo entre EL ARTISTA y EL PRODUCTOR.

EL ARTISTA debe participar, durante el periodo de exclusividad y sujeto a la disponibilidad de EL ARTISTA, y mientras sea razonablemente factible, en cualquier programa de radio o televisión, sesión fotográfica y entrevista con el fin de promover el o los fonogramas, según sea el caso. EL PRODUCTOR negociará con las organizaciones de transmisión y de prensa una remuneración justo y especial para EL ARTISTA en compensación por la participación de EL ARTISTA. Además, EL PRODUCTOR asumirá cualquier gasto hecho por EL ARTISTA relacionado a las actividades promocionales, incluyendo gastos de transporte y hospedaje.

EL PRODUCTOR debe proveer a EL ARTISTA, incluyendo a todas las partes del presente contrato, 5 copias gratuitas de cualquier Sencillo o Álbum que EL PRODUCTOR publicará en ejecución del contrato.

NOVENA.- Transferencia del Contrato

Los derechos y obligaciones bajo este contrato no podrán ser transferidas por EL PRODUCTOR a un tercero sin la autorización previa por escrito de EL ARTISTA.

DÉCIMA.- Misceláneos

Las partes deberán informar a la otra de cualquier cambio de dirección. Este contrato será regido por la ley del país de producción. Completado y firmado en _____, el __ de _____ del año ____ en __ copias originales.

EL ARTISTA

EL PRODUCTOR

Anexo 3

Para la Contratación de un Músico o Corista para la Producción de Fonogramas

Este contrato define los términos para la contratación de un músico o un cantante para la grabación de uno o más fonogramas que serán publicados comercialmente. Especifica las obligaciones del productor, músicos y cantantes.

El MÚSICO o el CORISTA (en lo sucesivo EL MÚSICO)

El PRODUCTOR DE FONOGRAMAS (en lo sucesivo EL PRODUCTOR)

CLÁUSULAS

PRIMERA.- Objeto

EL PRODUCTOR contrata a EL MÚSICO en la capacidad profesional de EL MÚSICO para grabar uno o más fonogramas. Estos fonogramas serán explotados individualmente o como parte de un álbum. La(s) obra(s) que se grabará(n) incluye lo siguiente:

NOTA: El contrato debe incluir, cuando corresponda, los requerimientos de las leyes de trabajo/contractuales/propiedad intelectual del país en el cual el contrato es ejecutado.

SEGUNDA.- Autorización de Explotación

EL MÚSICO autoriza, para el propósito de la comercialización pública alrededor del mundo, la fijación y reproducción por EL PRODUCTOR de los fonogramas definidos en la cláusula PRIMERA.

Por consiguiente, EL PRODUCTOR tendrá el derecho de manufacturar, publicar, vender por cualquier medio (audio casete, CD, audio DVD u otros formatos existentes) o por medio de redes de comunicación en línea (Internet y otras), y comunicar al público en cualquier formato los fonogramas definidos en la cláusula PRIMERA. EL PRODUCTOR podrá hacerlo bajo el título, sello o marca de su elección y alrededor del mundo.

Cualquier explotación diferente a la de los usos definidos anteriormente, incluyendo usos en anuncios, películas o presentaciones en vivo, y con respecto a productos especiales, estará sujeta a la autorización previa por escrito de la organización de gestión de derechos representando a EL MÚSICO.

EL PRODUCTOR deberá hacer firmar a EL MÚSICO una Hoja de Sesión de Grabación, de acuerdo con las prácticas profesionales consuetudinarias, y proveer una copia de esta Hoja de Sesión de Grabación a la organización de gestión colectiva que administra los derechos de los músicos y coristas en el país de producción de los fonogramas.

Por este medio EL MÚSICO además otorga el derecho de usar el nombre y fotografía de EL MÚSICO, en caso de ser necesario, en conexión con la explotación de los fonogramas.

TERCERA.- Obligaciones de EL PRODUCTOR

EL PRODUCTOR debe completar todas las obligaciones impuestas por la leyes de trabajo y otras leyes nacionales relevantes con respecto a la contratación de EL MÚSICO.

EL PRODUCTOR debe pagar a EL MÚSICO una remuneración de _____ por sesión de grabación, como compensación por la participación de EL MÚSICO en la grabación del fonograma, como también por la publicación y venta de los fonogramas por cualquier medio (audio casete, CD, audio DVD u otros formatos existentes) o por medio de redes de comunicación en línea (Internet y otras).

La transmisión de los fonogramas esta sujeta a una remuneración pagada directamente por la organización transmisora a la organización de gestión colectiva que administra los derechos de los músicos y coristas en el país de la transmisión.

CUARTA.- Obligaciones de EL MÚSICO

EL MÚSICO, en caso de ser extranjero, confirma que EL MÚSICO está autorizado de trabajar en el país de producción de los fonogramas. EL MÚSICO deberá presentar la prueba correspondiente.

EL MÚSICO deberá estar presente:

de (fecha) _____ a (fecha) _____

en la(s) siguiente(s) locación(es): _____

para participar en las sesiones de grabación, que tomarán lugar de acuerdo a los siguientes programas: _____

QUINTA.- Misceláneos

Las partes deberán informar a la otra de cualquier cambio de dirección. Este contrato será regido por la ley del país de producción. Completado y firmado en _____, el ___ de _____ del año ___ en ___ copias originales.

EL MÚSICO

EL PRODUCTOR

Anexo 4

Para la Contratación de un Artista, Músico o Corista para una Presentación en Vivo

Este contrato define los términos para la contratación de un artista principal, músico o corista para su participación en un presentación en vivo. Especifica las obligaciones del productor de las presentaciones en vivo, como también las obligaciones de los artistas, músicos y coristas.

El ARTISTA, el MÚSICO o el CORISTA (en lo sucesivo EL ARTISTA)

El PRODUCTOR DE LA PRESENTACIÓN EN VIVO (en lo sucesivo EL PRODUCTOR)

CLÁUSULAS

PRIMERA.- Objeto

El Sr./la Sra./La Srta. _____ es contratado(a) como _____
para participar en la siguiente presentación en vivo _____

NOTA: El contrato debe incluir, cuando corresponda, los requerimientos de las leyes de trabajo/contractuales/propiedad intelectual del país en el cual el contrato es ejecutado.

SEGUNDA.- Fecha(s) y Lugar(es)

Fecha(s) y Lugar(es) de los ensayos: _____

Hora: _____

Fecha(s) y Lugar(es) de las presentaciones en vivo: _____

Hora: _____

TERCERA.- Puntualidad

EL ARTISTA debe estar en el lugar del ensayo o en el lugar de la presentación en vivo en la hora programada.

CUARTA.- Remuneración

EL ARTISTA recibirá la siguiente remuneración de EL PRODUCTOR por ensayo:

EL ARTISTA recibirá la siguiente remuneración de EL PRODUCTOR por presentación en vivo:

QUINTA.- Gastos de Hospedaje y Transporte Per diem

Cuando EL ARTISTA tenga gastos de transporte y hospedaje en la ejecución de este contrato, EL PRODUCTOR debe:

- a) reembolsar a EL ARTISTA por cualquier gasto de viaje; y
- b) reservar y pagar directamente por el cuarto de hotel individual de EL ARTISTA, con desayuno incluido.

Cuando EL ARTISTA necesite comer fuera del domicilio de EL ARTISTA y durante la ejecución del presente contrato, EL PRODUCTOR debe pagar a EL ARTISTA una tarifa fija por cada día de viaje y/o día de trabajo.

SEXTA.- Grabaciones y transmisiones de Radio o Televisión

Cualquier grabación o cualquier transmisión de radio o televisión estará sujeta a un contrato específico entre EL ARTISTA y EL PRODUCTOR, excepto cuando la transmisión sea hecha exclusivamente por razones promocionales.

La transmisión se considera como hecha “por razones exclusivamente promocionales,” y por lo tanto es aceptada por EL ARTISTA como tal, donde el tiempo de comunicación al público no excede ____ minutos.

EL PRODUCTOR debe obtener del transmisor una garantía de que cualquier grabación que exceda ____ minutos no será conservada, a menos que un contrato específico entre EL PRODUCTOR y el transmisor lo permita.

SÉPTIMA.- Misceláneo

Las partes deberán informar a la otra de cualquier cambio de dirección. Este contrato será regido por la ley del país de producción. Completado y firmado en _____, el __ de _____ del año ____ en __ copias originales.

EL ARTISTA

EL PRODUCTOR

Anexo 5

Contrato de Grabación del Artista durante una Presentación en Vivo

Este contrato establece la relación entre el artista principal y un productor para la grabación de un presentación en vivo. Cuando un grupo de artistas exista, el contrato debe ser firmado por todos los miembros del grupo. Este contrato permite al artista controlar la grabación de la presentación en vivo del artista y ser pagado en caso de la explotación comercial de dichas grabaciones. Este contrato cubre únicamente grabaciones sonoras y fijaciones audiovisuales.

EL ARTISTA o el GRUPO PERMANENTE DE ARTISTAS (en lo sucesivo EL ARTISTA)

EL PRODUCTOR DE FONOGRAMAS O FIJACIONES AUDIOVISUALES (en lo sucesivo EL PRODUCTOR)

CLÁUSULAS

PRIMERA.- Objeto

EL PRODUCTOR realizará la fijación sonora o audiovisual de y durante la presentación de EL ARTISTA listada más abajo, con el propósito de grabar un fonograma o una grabación audiovisual que será explotada de manera individual o como parte de un álbum:

Fecha: _____ Lugar: _____

Título (en caso de que exista alguno): _____

NOTA: Si la grabación contiene únicamente sonidos, sin la fijación de imágenes, se le refiere como un “fonograma”. Si la grabación contiene tanto sonidos como imágenes, se le refiere como una “fijación audiovisual”. La distinción es importante porque el copyright en un “fonograma” y el copyright en una “fijación audiovisual” es diferente a nivel internacional.

NOTA: El contrato debe incluir, cuando corresponda, los requerimientos de las leyes de trabajo/contractuales/propiedad intelectual del país en el cual el contrato es ejecutado.

SEGUNDA.- Territorio y Ausencia de Exclusividad

Este contrato esta hecho para la explotación e nivel mundial del (uno u otro) fonograma/grabación audiovisual producido en ejecución de este contrato. EL ARTISTA no estará sujeto a ninguna limitación de exclusividad bajo este contrato. EL ARTISTA permanecerá por lo tanto libre de grabar con otro productor cualquier fonograma o fijación audiovisual, incluyendo para las obras que han sido incluidas en el fonograma o fijación audiovisual producida en ejecución de este contrato.

TERCERA.- Autorización de Explotación

EL ARTISTA autoriza, para el propósito de la comercialización pública alrededor del mundo, la fijación de la presentación en vivo de EL ARTISTA como está definida en la cláusula PRIMERA.

Por consiguiente, EL PRODUCTOR tendrá el derecho de manufacturar, publicar, vender por cualquier medio (audio casete, CD, audio DVD u otros formatos existentes) o por medio de redes de comunicación en línea (Internet y otras), y comunicar al público en cualquier formato los fonogramas o fijaciones audiovisuales definidas en la cláusula PRIMERA. EL PRODUCTOR podrá hacerlo bajo el título, sello o marca de su elección y alrededor del mundo. EL PRODUCTOR debe publicar el fonograma o la fijación audiovisual dentro de los 12 meses siguientes a la presentación en vivo.

CUARTA.- Remuneración y Grabación

EL PRODUCTOR debe pagar a EL ARTISTA una remuneración de _____ por la grabación de un fonograma.

EL PRODUCTOR debe pagar a EL ARTISTA una remuneración de _____ por la grabación de una fijación audiovisual.

QUINTA.- Regalías

Como compensación para el otorgamiento de los derechos de EL ARTISTA bajo este contrato, EL PRODUCTOR debe pagarle regalías a EL ARTISTA como enseguida se calcula:

1. Ventas de Distribuidores en Tiendas o por Correo

a. para ventas en el país de producción (nombre del país), las regalías serán calculadas en base al precio de mayoreo, antes de impuestos, de cada copia del fonograma vendido, a la tarifa adecuada establecida a continuación:

- ___% de las ventas entre 0 y 20,000 copias (dependiendo del tamaño del mercado);
- ___% de las ventas de más de 20,000 copias (dependiendo del tamaño del mercado);

NOTA: Las tarifas promedio varían entre 8% y 12%.

“Precio de mayoreo” significa el precio de catálogo, antes de impuestos, tal y como es publicado por EL PRODUCTOR durante el año de la venta.

b. para ventas en el extranjero, la tarifa de las regalías será de 60% de la tarifa determinada en el párrafo a., a menos que lo especifique de otro modo en la

- legislación interna del país donde el contrato está establecido (e.g. en algunos países la tarifa es de 50%);
- c. cuando la manufactura sea en el extranjero, las regalías serán calculadas basadas en el precio de mayoreo usado en el país extranjero respectivo;
 - d. en casos de exportación directa, las regalías serán calculadas basadas en el precio de mayoreo como es usado en el país de producción;
 - e. todas las copias devueltas o destruidas, copias promocionales y gratuitas, y copias vendidas a un precio menor al 70% del precio normal serán excluidas del cálculo de regalías;
 - f. EL ARTISTA acepta, de antemano, que los fonogramas producidos en ejecución del presente convenio sean explotadas como parte de compilaciones, incluyendo compilaciones de varios artistas. En dichos casos, las regalías serán calculadas *pro rata numeris*.

NOTA: "Pro rata numeris" significa que las regalías generadas por la venta de un álbum compilatorio son divididas en partes iguales de acuerdo al número de fonogramas incluidos en la compilación. Por ende, por ejemplo, si la compilación comprende 10 fonogramas, el artista principal de cada fonograma recibe 1/10mo de las regalías totales.

2. Ventas en línea (Internet y otros)

Cuando las ventas ocurren por medio de redes de comunicación en línea (Internet y otras), las regalías pagaderas a EL ARTISTA serán de __% del monto recibido, antes de impuestos, por EL PRODUCTOR.

NOTA: Las tarifas promedio varían entre 15% y 30%.

3. Transmisión y Comunicación al público

A menos que este especificado de otro modo por la ley nacional, en el caso de transmisión o comunicación al público, las regalías pagaderas a EL ARTISTA serán de ___% del monto recibido, antes de impuestos, por EL PRODUCTOR, excepto cuando la transmisión o la comunicación al público este sujeta a una remuneración pagada directamente por la(s) organización(es) relevante(s) a la organización de gestión colectiva que administra los derechos de artistas en el país en el que la transmisión o comunicación al público ocurra. En dichas situaciones, las reglas de distribución de la sociedad de gestión colectiva aplicarán.

NOTA: La tarifa usual es de 50% para todos los ejecutantes (artista principal y artistas acompañantes).

4. Otros Usos

Cualquier explotación diferente a los usos mencionados en los incisos 1, 2 y 3, incluyendo usos en anuncios, películas o presentaciones en vivo, y con respecto a productos especiales, será sujeta a la autorización previa por escrito de EL ARTISTA y al pago de una remuneración específica a EL ARTISTA. Cuando estos derechos hayan sido asignados por EL ARTISTA a una organización de gestión colectiva, la autorización previa debe ser otorgada por dicha organización.

SEXTA.- Cuentas y Pago de Regalías

Los reportes de regalías serán establecidos el 30 de Junio y el 31 de Diciembre de cada año natural. EL PRODUCTOR enviará los reportes a EL ARTISTA dentro de los siguientes tres meses posteriores a las fechas señaladas anteriormente, junto con el pago de regalías. Si EL ARTISTA consiste de varias personas físicas (un grupo), EL PRODUCTOR enviará reportes de regalías y los pagos correspondientes distribuidos en partes iguales a cada uno de los

beneficiarios, individualmente. EL ARTISTA tendrá el derecho a pedir cualquier documentación relacionada a las cuentas y reportes de regalías.

SÉPTIMA.- Promoción y Publicidad

Durante la campaña promocional de los fonogramas o fijaciones audiovisuales, EL PRODUCTOR será capaz de usar libremente el nombre de EL ARTISTA, como también las fotografías e imágenes representando a EL ARTISTA. Estas fotografía e imágenes serán escogidas por mutuo acuerdo entre EL ARTISTA y EL PRODUCTOR.

EL PRODUCTOR debe proveer a EL ARTISTA, incluyendo a todas las partes del presente contrato, 5 copias gratuitas de cualquier Sencillo o Álbum que EL PRODUCTOR publicará en ejecución del contrato.

OCTAVA.- Transferencia del Contrato

Los derechos y obligaciones bajo este contrato no podrán ser transferidas por EL PRODUCTOR a un tercero sin la autorización previa por escrito de EL ARTISTA.

NOVENA.- Misceláneos

Las partes deberán informar a la otra de cualquier cambio de dirección. Este contrato será regido por la ley del país de producción. Completado y firmado en _____, el __ de _____ del año ____ en __ copias originales.

EL ARTISTA

EL PRODUCTOR

Anexo 6

Contrato de Radiodifusión del Artista durante una Presentación en Vivo

Este contrato establece la relación entre el artista principal y un organismo de radiodifusión con respecto a la fijación y transmisión de una presentación en vivo. Cuando un grupo permanente de artistas exista, el contrato debe ser firmado por todos los miembros del grupo. Este contrato permite al artista controlar la grabación de su presentación en vivo por parte de un organismo de radiodifusión de radio o televisión y ser pagado cuando la radiodifusión de dicha grabación suceda.

EL ARTISTA o GRUPO PERMANENTE DE ARTISTAS (en lo sucesivo EL ARTISTA)

La EMISORA DE RADIO O TELEVISIÓN (en lo sucesivo LA EMISORA)

CLÁUSULAS

PRIMERA.- Objeto

LA EMISORA llevará a cabo la fijación sonora o audiovisual de la presentación de EL ARTISTA durante el evento mencionado más abajo, con el propósito de transmitir la presentación realizada, ya sea en vivo o no, parcial o completa, por el siguiente canal de televisión o estación de radio (nombre _____):

Fecha: _____ Lugar: _____

Título (en caso de haber): _____ Número de horas de grabación: _____

NOTA: El contrato debe incluir, cuando corresponda, los requerimientos de las leyes de trabajo/contractuales/propiedad intelectual del país en el cual el contrato es ejecutado.

SEGUNDA.- Ausencia de Exclusividad

EL ARTISTA no estará sujeto a ninguna limitación de exclusividad bajo este contrato. EL ARTISTA por lo tanto permanecerá libre de otorgar derechos de radiodifusión concernientes a las presentaciones en vivo de EL ARTISTA a otras estaciones de radio o canales de televisión.

TERCERA.- Autorización de Explotación y Remuneración

EL ARTISTA autoriza la fijación de la presentación de EL ARTISTA como está definida en la cláusula PRIMERA, como también (número) transmisiones de radio o televisión de la grabación de EL ARTISTA por parte de la estación de radio o canal de televisión como está definido en la cláusula PRIMERA.

LA EMISORA le pagará a EL ARTISTA una remuneración de _____ por dicha explotación.

NOTA: La práctica varía de un país a otro. En otras palabras, algunas leyes limitan las transmisiones autorizadas a un número máximo, mientras que otras no proveen dichas limitaciones.

Cualquier otro uso que no esté definido en este contrato estará sujeto a la autorización previa por escrito de EL ARTISTA y a un pago de una remuneración específica.

CUARTA.- Misceláneo

LA EMISORA debe proveer a EL ARTISTA, de manera gratuita, una copia de toda la transmisión de radio o televisión hecha en ejecución del presente contrato.

Las partes deberán informar a la otra de cualquier cambio de dirección. Este contrato será regido por la ley del país de producción. Completado y firmado en _____, el __ de _____ del año ____ en __ copias originales.

EL ARTISTA

LA EMISORA

Anexo 7

Contrato de Licenciamiento por parte de un Productor para la Manufactura y Comercialización de un Fonograma

Este contrato le permite al productor de un fonograma encomendar la manufactura y explotación comercial de un fonograma a un contratista llamado “licenciatario”. Al contratista se le deberán, en general, otorgar los derechos exclusivos de comercialización por la duración acordada en este contrato, excluyendo los territorios en los cuales el licenciatario no pueda distribuir el fonograma. Este contrato crea reglas garantizando la remuneración del productor (y por lo tanto del artista principal por medio del productor) y asegura la mayor posibilidad de éxito para la comercialización concerniente al fonograma.

EL PRODUCTOR DEL FONOGRAMA (en lo sucesivo EL PRODUCTOR)

EL CONTRATISTA (en lo sucesivo EL LICENCIATARIO)

CLÁUSULAS

PRIMERA.- Objeto

EL PRODUCTOR otorga a EL LICENCIATARIO, por la duración del presente contrato y alrededor del mundo (si este contrato contiene limitaciones geográficas, especificar la región o países para los que los derechos son otorgados _____), una licencia para explotar uno o más fonogramas, ya sea de manera individual o como parte de un álbum. Estos fonogramas son (título del fonograma, nombre del artista principal y otra información relevante):

SEGUNDA.- Duración, Territorio y Exclusividad

Este contrato aplica por un periodo de ___ año(s) empezando de la fecha de la firma del mismo.

La exclusividad de explotación es otorgada por cada país en el que EL LICENCIATARIO logre publicar comercialmente los fonogramas como fueron detallado en la cláusula PRIMERA y logre organizar la venta en línea de los fonogramas como fueron detallados en la cláusula PRIMERA a través de al menos una red de comunicación en línea (Internet y otras) dentro de los 12 meses siguientes a la recepción de cada fonograma por parte de EL LICENCIATARIO en conformidad con la cláusula CUARTA de este contrato.

EL PRODUCTOR debe evitar entrar en otros contratos de licenciamiento para la explotación de los fonogramas y en los territorios como están definidos en la cláusula PRIMERA, excepto para los países en los que EL LICENCIATARIO no haya logrado poner los fonogramas a disposición del público dentro del periodo de 12 meses definido en el párrafo anterior.

TERCERA.- Autorización de Explotación

EL PRODUCTOR autoriza la reproducción y la puesta a disposición del público de los fonogramas como están definidos en la cláusula PRIMERA.

Por lo tanto, EL LICENCIATARIO tendrá el derecho de manufacturar, publicar, vender por cualquier medio (audio casete, CD, audio DVD u otros formatos existentes) o por medio de redes de comunicación en línea (Internet y otras), y comunicar al público en cualquier formato los fonogramas definidos en la cláusula PRIMERA. EL LICENCIATARIO podrá hacerlo bajo el título, sello o marca de la elección de EL PRODUCTOR y alrededor del mundo cuando se trate de los fonogramas definidos en la cláusula PRIMERA.

Cualquier explotación diferente a los usos mencionados en el párrafo anterior, incluyendo usos en publicidad, películas o presentaciones en vivo, y con respecto a productos especiales, estará sujeta a la autorización previa por escrito de EL PRODUCTOR.

EL LICENCIATARIO debe publicara cada fonograma de acuerdo al siguiente calendario de explotación:

CUARTA.- Suministro de los Fonogramas por parte del PRODUCTOR

EL PRODUCTOR debe proveer a EL LICENCIATARIO los fonogramas definidos en la cláusula PRIMERA en el periodo de tiempo establecido a continuación:

Las grabaciones máster de los fonogramas deberán ser entregados en CD, en su versión final y listas para su comercialización.

EL PRODUCTOR debe proveer simultáneamente a EL LICENCIATARIO los elementos gráficos (fotos, etc.) necesarios para la impresión de portadas, panfletos y, de modo más general, todos los elementos gráficos necesarios para la explotación comercial de acuerdo a las prácticas consuetudinarias.

Cuando sea apropiado, las partes podrán entrar a un acuerdo especial con respecto al pago por los costos de masterización y de los elementos gráficos.

QUINTA.- Copyright

EL LICENCIATARIO será enteramente responsable por el pago de regalías correspondientes a los artistas por los actos de reproducción y la puesta a disposición del público de los fonogramas definidos en la cláusula PRIMERA. La radiodifusión de los fonogramas estará sujeta a una

remuneración paga directamente por las organizaciones de radiodifusión a las organizaciones de gestión colectiva que administren los derechos de los artistas en el país de la radiodifusión.

SEXTA.- Regalías

EL LICENCIATARIO debe pagar regalías a EL PRODUCTOR, como se calcula a continuación:

1. Ventas de Distribuidores en Tiendas o por Correo

a. para ventas en el país de producción (nombre del país), las regalías serán calculadas en base al precio de mayoreo, antes de impuestos, de cada copia del fonograma vendido, a la tarifa adecuada establecida a continuación:

- ___% de las ventas entre 0 y 20,000 copias (dependiendo del tamaño del mercado);
- ___% de las ventas de más de 20,000 copias (dependiendo del tamaño del mercado);

NOTA: Las tarifas promedio varían entre 20% y 30%.

“Precio de mayoreo” significa el precio de catálogo, antes de impuestos, tal y como es publicado por EL LICENCIATARIO durante el año de la venta.

b. para ventas en el extranjero, la tarifa de las regalías será de 60% de la tarifa determinada en el párrafo a., a menos que lo especifique de otro modo en la legislación interna del país donde el contrato está establecido (e.g. en algunos países la tarifa es de 50%);

c. cuando la manufactura sea en el extranjero, las regalías serán calculadas basadas en el precio de mayoreo usado en el país extranjero respectivo;

- d. en casos de exportación directa, las regalías serán calculadas basadas en el precio de mayoreo como es usado en el país de producción;
- e. todas las copias devueltas o destruidas, copias promocionales y gratuitas, y copias vendidas a un precio menor al 70% del precio normal serán excluidas del cálculo de regalías;
- f. EL PRODUCTOR acepta, de antemano, que los fonogramas producidos en ejecución del presente convenio sean explotadas como parte de compilaciones, incluyendo compilaciones de varios artistas. En dichos casos, las regalías serán calculadas *pro rata numeris*.

NOTA: "Pro rata numeris" significa que las regalías generadas por la venta de un álbum compilatorio son divididas en partes iguales de acuerdo al número de fonogramas incluidos en la compilación. Por ende, por ejemplo, si la compilación comprende 10 fonogramas, el artista principal de cada fonograma recibe 1/10mo de las regalías totales.

2. Ventas en línea (Internet y otros)

Cuando las ventas ocurren por medio de redes de comunicación en línea (Internet y otras), las regalías pagaderas a EL PRODUCTOR serán de ___% del monto recibido, antes de impuestos, por EL LICENCIATARIO.

NOTA: Las tarifas promedio varían entre 25% y 40%.

3. Transmisión y Comunicación al público

A menos que este especificado de otro modo por la ley nacional, en el caso de transmisión o comunicación al público, las regalías pagaderas a EL PRODUCTOR serán de ___% del monto recibido, antes de impuestos, por EL LICENCIATARIO, excepto cuando la transmisión o la comunicación al público este sujeta a una remuneración pagada directamente por la(s) organización(es) relevante(s) a EL PRODUCTOR o a la organización de gestión colectiva que

administra los derechos de los productores en el país en el que la transmisión o comunicación al público ocurra.

NOTA: La tarifa usual varía entre 60% y 75%.

4. Otros Usos

Cualquier explotación diferente a los usos mencionados en los incisos 1, 2 y 3, incluyendo usos en anuncios, películas o presentaciones en vivo, y con respecto a productos especiales, será sujeta a la autorización previa por escrito de EL PRODUCTOR y al pago de una remuneración específica a EL PRODUCTOR.

SÉPTIMA.- Cuentas y Pago de Regalías

Los reportes de regalías serán establecidos el 30 de Junio y el 31 de Diciembre de cada año natural. EL LICENCIATARIO enviará los reportes a EL PRODUCTOR dentro de los siguientes tres meses posteriores a las fechas señaladas anteriormente, junto con el pago de regalías. EL PRODUCTOR tendrá el derecho a pedir cualquier documentación relacionada a las cuentas y reportes de regalías.

OCTAVA.- Promoción y Publicidad

EL LICENCIATARIO estará a cargo de la promoción del fonograma de acuerdo con las prácticas consuetudinarias de la profesión. Las partes son libres de establecer un presupuesto mínimo asignado por EL LICENCIATARIO para las actividades promocionales, al indicar a continuación la cantidad de este presupuesto:

EL LICENCIATARIO será capaz de usar libremente el nombre del artista, como también las fotografías e imágenes que lo representen. Estas fotografía e imágenes serán escogidas por mutuo

acuerdo entre EL LICENCIATARIO y EL PRODUCTOR, el segundo también necesitando obtener la aceptación de el artista.

EL PRODUCTOR deberá asegurar que los artistas participen, sujeto a la disponibilidad de los artistas y con notificación razonable, en cualquier programa de radio o televisión, sesión fotográfica y entrevista con el propósito de promover los fonogramas. EL LICENCIATARIO deberá asumir los gasto relacionados a las actividades promocionales, incluyendo los costos de transporte y hospedaje de los artistas.

EL LICENCIATARIO debe proveer a EL PRODUCTOR 20 copias gratuitas de cualquier Sencillo o Álbum publicado en ejecución de este contrato.

NOVENA.- Transferencia del Contrato

Los derechos y obligaciones bajo este contrato no podrán ser transferidas por EL LICENCIATARIO a un tercero sin la autorización previa por escrito de EL PRODUCTOR.

DÉCIMA.- Misceláneos

Las partes deberán informar a la otra de cualquier cambio de dirección. Este contrato será regido por la ley del país de producción. Completado y firmado en _____, el ___ de _____ del año ___ en ___ copias originales.

EL LICENCIATARIO

EL PRODUCTOR

Anexo 8

Contrato de Distribución Comercial de Fonogramas

Este contrato le permite al productor de fonogramas encomendar la venta de fonogramas a una compañía o persona llamada “distribuidor”. Al distribuidor se le deberán, en general, otorgar los derechos exclusivos de distribución por la duración acordada en este contrato, sin embargo sólo para los territorios donde el distribuidor haga disponibles a la venta los fonogramas. Este contrato es adecuado para la venta de pequeñas cantidades de fonogramas producidas por los propios artistas.

EL PRODUCTOR DE FONOGRAMAS (en lo sucesivo EL PRODUCTOR)

La PERSONA O COMPAÑÍA DISTRIBUIDORA (en lo sucesivo EL DISTRIBUIDOR)

CLÁUSULAS

PRIMERA.- Objeto

EL PRODUCTOR le encomienda a EL DISTRIBUIDOR, por la duración del presente contrato, la venta de uno o más fonogramas que serán explotados de manera individual o como parte de un álbum. Estos fonogramas son (título del fonograma, nombre del artista principal y otra información relevante):

SEGUNDA.- Duración, Territorio y Exclusividad

Este contrato aplica por un periodo de ___ año(s) empezando de la fecha de la firma del mismo.

La exclusividad de explotación es otorgada para los siguientes países:

EL DISTRIBUIDOR debe proveer para la venta al público un número suficiente de copias materiales de los fonogramas, como también ponerlos a disposición para la venta en línea, excepto en los casos de denegación por los respectivos sitios web, dentro de 6 meses, a partir de la fecha en la que EL PRODUCTOR suministra a EL DISTRIBUIDOR cada fonograma en cumplimiento con la cláusula CUARTA del presente contrato.

TERCERA.- Autorización de Explotación

EL PRODUCTOR autoriza la distribución y la puesta a disposición del público de los fonogramas como están definidos en la cláusula PRIMERA.

Por lo tanto, EL DISTRIBUIDOR vender por cualquier medio (audio casete, CD, audio DVD u otros formatos existentes) o por medio de redes de comunicación en línea (Internet y otras) en cualquier formato, bajo el título, sello o marca de la elección de EL DISTRIBUIDOR y en los territorios detallados anteriormente cuando se trate de los fonogramas definidos en la cláusula PRIMERA.

Cualquier otra explotación estará sujeta a la autorización previa por escrito de EL PRODUCTOR.

CUARTA.- Suministro de Fonogramas

EL PRODUCTOR debe proveer a EL DISTRIBUIDOR los fonogramas definidos en la cláusula PRIMERA, como está establecido a continuación:

- una copia en CD para la venta en redes de comunicación en línea; y

- el inventario de copias materiales que serán puestas a la venta, en su versión final destinado al público (portadas con fotos, panfletos y, de manera más general, los elementos gráficos necesarios para la explotación final de acuerdo a las prácticas consuetudinarias); este inventario deberá ser renovado de acuerdo a las necesidades y exigencias de EL DISTRIBUIDOR.

Cuando sea apropiado, las partes podrán entrar a un acuerdo especial con respecto al pago por los costos de masterización y de los elementos gráficos.

QUINTA.- Copyright

EL PRODUCTOR será enteramente responsable, directamente o a través de una organización de gestión colectiva, del pago de regalías correspondientes a los artistas por la distribución de los fonogramas de acuerdo con este contrato.

SEXTA.- Regalías

EL DISTRIBUIDOR debe pagar regalías a EL PRODUCTOR, como esta calculado a continuación:

1. Ventas de Distribuidores en Tiendas o por Correo

- a. para ventas en el país de producción (nombre del país), las regalías serán calculadas en base al precio de mayoreo, antes de impuestos, de cada copia del fonograma vendido, a la tarifa adecuada establecida a continuación:

- ___% de las ventas entre 0 y 20,000 copias (dependiendo del tamaño del mercado);

- ___% de las ventas de más de 20,000 copias (dependiendo del tamaño del mercado);

NOTA: Las tarifas promedio varían entre 65% y 75%.

“Precio de mayoreo” significa el precio de catálogo, antes de impuestos, tal y como es publicado por EL DISTRIBUIDOR durante el año de la venta.

- para ventas en el extranjero, la tarifa de las regalías será de 60% de la tarifa determinada en el párrafo a., a menos que lo especifique de otro modo en la legislación interna del país donde el contrato está establecido (e.g. en algunos países la tarifa es de 50%);
- cuando la manufactura sea en el extranjero, las regalías serán calculadas basadas en el precio de mayoreo usado en el país extranjero respectivo;
- en casos de exportación directa, las regalías serán calculadas basadas en el precio de mayoreo como es usado en el país de producción;
- todas las copias devueltas o destruidas, copias promocionales y gratuitas, y copias vendidas a un precio menor al 70% del precio normal serán excluidas del cálculo de regalías;

2. Ventas en línea (Internet y otros)

Cuando las ventas ocurren por medio de redes de comunicación en línea (Internet y otras), las regalías pagaderas a EL PRODUCTOR serán de ___% del monto recibido, antes de impuestos, por EL DISTRIBUIDOR.

NOTA: Las tarifas promedio varían entre 70% y 80%.

SÉPTIMA.- Cuentas y Pago de Regalías

Los reportes de regalías serán establecidos el 30 de Junio y el 31 de Diciembre de cada año natural. EL DISTRIBUIDOR enviará los reportes a EL PRODUCTOR dentro de los siguientes tres meses posteriores a las fechas señaladas anteriormente, junto con el pago de regalías. EL PRODUCTOR tendrá el derecho a pedir cualquier documentación relacionada a las cuentas y reportes de regalías.

OCTAVA.- Promoción y Publicidad

EL DISTRIBUIDOR será libre de usar el nombre del artista relevante, como también las fotografías e imágenes representando al artista.

NOVENA.- Transferencia del Contrato

Los derechos y obligaciones bajo este contrato no podrán ser transferidas por EL DISTRIBUIDOR a un tercero sin la autorización previa por escrito de EL PRODUCTOR.

DÉCIMA.- Misceláneos

Las partes deberán informar a la otra de cualquier cambio de dirección. Este contrato será regido por la ley del país de producción. Completado y firmado en _____, el __ de _____ del año ____ en __ copias originales.

EL DISTRIBUIDOR

EL PRODUCTOR

Anexo 9

Contrato entre el Artista Principal y un Productor Autorizando los Usos Específicos de un Fonograma

Este contrato suplementa el contrato de grabación firmado por el artista principal y un productor de un fonograma comercial, donde el fonograma está sujeto a un uso especial (un uso adicional en publicidad, películas, presentaciones en vivo y así sucesivamente). Cuando exista un grupo permanente de artistas, el contrato debe ser firmado por todos los miembros del grupo.

EL ARTISTA o el GRUPO PERMANENTE DE ARTISTAS (en lo sucesivo EL ARTISTA)

EL PRODUCTOR DE FONOGRAMAS (en lo sucesivo EL PRODUCTOR)

CLÁUSULAS

PRIMERA.- Objeto

EL ARTISTA le otorga a EL PRODUCTOR el derecho de autorizar un uso específico del siguiente fonograma:

Título: _____

Fecha y lugar de la fijación: _____

Este uso específico es lo siguiente (palomea la opción correcta y tacha el resto):

- incorporación en un trabajo audiovisual (filme cinematográfico, filme televisivo, documental, video musical, etc.) con el propósito de su explotación por cualquier medio;
- incorporación en una presentación en vivo;
- incorporación en un anuncio para una radiodifusión sonora exclusivamente;

- incorporación en un anuncio para una radiodifusión audiovisual; u
- otros: _____

SEGUNDA.- Exclusividad, Duración y Territorio

El presente contrato, el cual esta firmado de manera exclusiva, aplica por un periodo de __ año(s) empezando de la fecha de su firma. El uso específico está autorizado para los territorios enlistados a continuación:

TERCERA.- Regalías

Como compensación por otorgar los derechos de EL ARTISTA bajo este contrato, EL ARTISTA recibirá por parte del PRODUCTOR del fonograma regalías por __% de la cantidad que este recibe, antes de impuestos, por el uso específico.

Los reportes de regalías serán establecidos el 30 de Junio y el 31 de Diciembre de cada año natural. EL PRODUCTOR enviará los reportes a EL ARTISTA dentro de los siguientes tres meses posteriores a las fechas señaladas anteriormente, junto con el pago de regalías. Si EL ARTISTA implica a varias personas físicas (un grupo), EL PRODUCTOR deberá enviar los reportes de regalías y los pagos correspondientes distribuidos en partes iguales a cada uno de los beneficiarios, de manera individual. EL ARTISTA tendrá el derecho a pedir cualquier documentación relacionada a las cuentas y reportes de regalías.

CUARTA.- Misceláneo

Las partes deberán informar a la otra de cualquier cambio de dirección. Este contrato será regido por la ley del país de producción. Completado y firmado en _____, el __ de _____ del año ____ en __ copias originales.

EL ARTISTA

EL PRODUCTOR

Anexo 10

Contrato entre un Artista Principal y un Representante o Agente

Este contrato establece las condiciones bajo las cuales un agente puede ser encomendado para representar a un artista principal para administrar varios aspectos de la carrera del artista. Cuando exista un grupo permanente de artistas, el contrato debe ser firmado por todos los miembros del grupo. Este contrato impone reglas de transparencia para los representantes con respecto a los artistas y define la remuneración del representante. De modo más general, define las obligaciones de las partes, como también las reglas para usar los ingresos de un artista que el agente recibe en representación de un artista.

El ARTISTA o el GRUPO PERMANENTE DE ARTISTAS (en lo sucesivo EL ARTISTA)

El REPRESENTANTE o el AGENTE (en lo sucesivo EL AGENTE)

CLÁUSULAS

PRIMERA.- Objeto

EL ARTISTA le encomienda a EL AGENTE la administración y defensa de las actividades e intereses profesionales de EL ARTISTA. Por lo tanto, EL AGENTE será responsable de representar a EL ARTISTA en cualquier acción, decisión y negociación relacionada a la carrera profesional de EL ARTISTA.

SEGUNDA.- Términos y Territorio

El presente contrato aplica por un periodo de __ año(s).

Ninguna remuneración por concepto de fin de contrato será pagadera a EL AGENTE por EL ARTISTA al final del periodo de EL ARTISTA.

El periodo puede ser extendido, siempre y cuando un nuevo contrato sea firmado entre las Partes.

El contrato cubre, con carácter exclusivo, los siguientes territorios:

TERCERA.- Obligaciones de EL AGENTE

EL AGENTE deberá actuar en representación de EL ARTISTA con respecto a las siguientes tareas:

- buscar, reservar y acordar compromisos, incluyendo presentaciones en vivo, fonogramas o videogramas, y presentaciones de radio y televisión. En el caso de que EL ARTISTA sea también un compositor, EL AGENTE deberá acercarse a compañías u otras entidades que probablemente estén interesadas en explotar la(s) composición(es) de EL ARTISTA;
- examinar cualquier propuesta de naturaleza profesional hecha a EL ARTISTA, asistir y representar a EL ARTISTA en todas las negociaciones, asegurándose de que los contratos firmados por EL ARTISTA no entren en conflicto con los intereses de EL ARTISTA e incluyan un remuneración razonable de acuerdo con los estándares de la industria;
- ver la adecuada ejecución de los contratos firmados por EL ARTISTA;
- proveer a EL ARTISTA con toda la información legal que EL ARTISTA pudiera necesitar;

- recibir los montos pagaderos a EL ARTISTA por las actividades de EL ARTISTA bajo este contrato, y transferir, a la brevedad, estos montos a EL ARTISTA después de la deducción de la comisión definida en la cláusula QUINTA;
- mantener cuentas precisas de todos los pagos y transferencias de fondos relacionados a la actividad profesional de EL ARTISTA y proveer información a EL ARTISTA en cualquier momento que la pida EL ARTISTA.

Ninguna decisión será tomada por EL AGENTE sin el consentimiento previo de EL ARTISTA.

En caso de desacuerdo entre EL ARTISTA y EL AGENTE, la decisión final será hecha por EL ARTISTA.

CUARTA.- Obligaciones de EL ARTISTA

EL ARTISTA debe facilitar el trabajo de EL AGENTE. Más específicamente, EL ARTISTA deberá:

- mantener informado a EL AGENTE de todas las propuestas de naturaleza profesional hechas a EL ARTISTA;
- respetar los compromisos hechos en representación de EL ARTISTA por EL AGENTE; y
- no recibir directamente montos pagados por las actividades profesionales de EL ARTISTA, excepto cuando sea imposible que sea de otro modo, en cuyo caso EL ARTISTA informará inmediatamente a EL AGENTE.

QUINTA.- Remuneración de EL AGENTE

EL AGENTE recibirá una remuneración (por comisión) de ___% de todos los montos pagados con respecto a las actividades profesionales de EL ARTISTA y por la explotación de las obras grabadas o presentaciones de EL ARTISTA, durante el periodo de el presente contrato y durante los tres meses siguientes a la finalización del contrato.

NOTA: Las tarifas promedio varían entre 10% y 20%, siempre que no haya un tope máximo estipulado por la ley o por un acuerdo profesional.

Esta remuneración también cubre los gastos asumidos por EL AGENTE. Sin embargo, cuando los gastos pagados por EL AGENTE sean de una naturaleza excepcional y sean hechos por mutuo acuerdo entre EL AGENTE y EL ARTISTA, este último reembolsará a EL AGENTE independientemente de la comisión acordada.

Los siguientes gastos serán considerados como de naturaleza excepcional:

NOTA: Usualmente, los gastos que son considerados de naturaleza excepcional son gastos relacionados a la producción de demos en CD o DVD, la elaboración de blogs presentando el trabajo de EL ARTISTA y algunos gastos de viaje particularmente costosos.

Con respecto a los territorios que no estén cubiertos por la exclusividad de este contrato, los montos generados por las actividades y las grabaciones sonoras y audiovisuales de EL ARTISTA en estos territorios (incluyendo las remuneraciones pagadas por presentaciones en vivo sucedidas en estos territorios) no serán recibidos por EL AGENTE y no estarán sujetos al pago de una comisión a EL AGENTE.

SEXTA.- Misceláneo

EL ARTISTA autoriza a EL AGENTE, durante el periodo de este contrato, usar el nombre y fotografías de EL ARTISTA (a partir del consentimiento de EL ARTISTA con respecto a la selección de fotografías) para todas las actividades promocionales.

Las partes deberán informar a la otra de cualquier cambio de dirección. Este contrato será regido por la ley del país de producción. Completado y firmado en _____, el __ de _____ del año ____ en __ copias originales.

EL ARTISTA

EL AGENTE