

# DEL GUIÓN A LA PANTALLA

LA IMPORTANCIA DEL DERECHO  
DE AUTOR EN LA DISTRIBUCIÓN DE  
PELÍCULAS

Industrias creativas – Publicación N° 6

## ÍNDICE

<b>LOS AUTORES</b>	<b>8</b>
<b>PREFACIO</b>	<b>10</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>12</b>
<b>CAPÍTULO 1</b>	<b>16</b>
<b>LA ESTRUCTURA MUNDIAL DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA</b>	<b>16</b>
<b>1.1 Oportunidades para el cine en mercados locales e internacionales</b>	<b>16</b>
1.1.1 Los principales estadounidenses (Sony, Fox, Warner Bros., Disney, Paramount, MGM, Universal)	17
1.1.2 Los distribuidores independientes	19
1.1.3 Organizaciones comerciales de distribución de cine y televisión	22
<b>1.2 Acceder al mercado mundial de cine</b>	<b>23</b>
1.2.1 Agentes de ventas y mercados y festivales de cine y televisión	23
1.2.2 Teledistribución	26
1.2.3 Distribución de nuevos medios de comunicación	27
1.2.4 Autodistribución	31
<b>1.3 Financiación de la distribución</b>	<b>33</b>
1.3.1 Cuestiones financieras básicas	33
1.3.2 Estudio de caso sobre distribución/financiación: <i>Sunny Days in Africa</i>	36
a) Un modelo de venta anticipada	36
b) El modelo sin venta anticipada internacional	40
<b>1.4 La distribución ilícita de películas</b>	<b>44</b>
<b>CAPÍTULO 2</b>	<b>47</b>
<b>DOCUMENTACIÓN SOBRE DERECHO DE AUTOR: CADENA DE TITULARIDAD DE LA PELÍCULA</b>	<b>47</b>
<b>2.1 Visión general del derecho de autor – Establecimiento de la titularidad</b>	<b>47</b>
2.1.1 Derechos morales y patrimoniales	48
2.1.2 Período de vigencia del derecho de autor	49
2.1.3 Dominio público	49
2.1.4 Autoría y titularidad del derecho de autor	51
2.1.5 Aspectos formales del establecimiento de la titularidad del derecho de autor	52
2.1.6 Organizaciones de gestión colectiva	52

<b>2.2</b>	<b>Documentos básicos de la cadena de titularidad (CDT)</b>	<b>52</b>
2.2.1	Obras preexistentes	53
2.2.2	Licencias sobre obras musicales y autorizaciones	54
2.2.3	Licencias sobre fotografías fijas y clips (secuencias)	56
2.2.4	Registrabilidad de la marca	57
2.2.5	Nombre, historia de vida y semejanza	58
2.2.6	Licencias sobre personajes	59
2.2.7	Acuerdos del equipo artístico	60
2.2.8	¿Cuándo no es necesario conceder en licencia el derecho de autor? Dominio público y uso leal	62
<b>2.3</b>	<b>Seguro contra errores y omisiones (E&amp;O)</b>	<b>63</b>
<b>CAPÍTULO 3</b>		<b>66</b>
<b>EJEMPLOS DE LOS ACUERDOS REQUERIDOS PARA LA DISTRIBUCIÓN DE PELÍCULAS</b>		<b>66</b>
<b>3.1</b>	<b>Acuerdo de opción</b>	<b>67</b>
<b>3.2</b>	<b>Acuerdos de música</b>	<b>73</b>
	a) Acuerdo del compositor	74
	b) Acuerdos relativos música preexistente	77
<b>3.3</b>	<b>Acuerdos relacionados con la distribución</b>	<b>78</b>
3.3.1	Análisis de ingresos brutos	80
	a) Acuerdo del agente de ventas	82
	b) Acuerdo de distribución territorial	92
<b>3.4</b>	<b>Otros Acuerdos / Documentos que se deben conocer</b>	<b>95</b>
	<b>Gráfico: Cronograma: Acuerdos y responsabilidades</b>	<b>97</b>
<b>CAPÍTULO 4</b>		<b>98</b>
<b>PROCEDIMIENTOS DE AUTORIZACIÓN DEL DERECHO DE AUTOR</b>		<b>98</b>
<b>4.1</b>	<b>Registro del derecho de autor</b>	<b>98</b>
<b>4.2</b>	<b>Informes sobre derecho de autor y otros requisitos de E&amp;O</b>	<b>100</b>

<b>CAPÍTULO 5</b>	<b>105</b>
<b>SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS</b>	<b>105</b>
<b>5.1 Procedimiento judicial</b>	<b>105</b>
5.1.1 Nociones básicas sobre el procedimiento judicial	105
5.1.2 Legislación y jurisdicción aplicables	106
5.1.3 Desventajas del procedimiento judicial	107
<b>5.2 Solución extrajudicial de controversias</b>	<b>108</b>
5.2.1 Nociones sobre los mecanismos de solución extrajudicial de controversias	108
5.2.2 Mediación	109
5.2.3 Arbitraje	109
5.2.4 Decisión de expertos	110
<b>5.3 Mecanismos de solución extrajudicial de controversias de la OMPI para el cine y medios de comunicación y sociedades de recaudación</b>	<b>110</b>
5.3.1 El Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI	110
5.3.2 Mediación y arbitraje acelerado de la OMPI para el cine y medios de comunicación	111
a) Grupo internacional de la OMPI en los medios cinematográfico y audiovisual	112
b) Versión reducida del baremo de tasas y honorarios	113
c) Cláusulas contractuales y acuerdos de sometimiento recomendados por la OMPI	113
5.3.3 Procedimientos de solución extrajudicial de controversias de la OMPI para algunas sociedades de recaudación	113
<b>5.4 Otras opciones</b>	<b>114</b>
<b>CAPÍTULO 6</b>	<b>116</b>
<b>ESCOLLOS Y SOLUCIONES GENERALES</b>	<b>116</b>
<b>6.1 Escollos</b>	<b>116</b>
6.1.1 Problemas de transacción de derechos	116
6.1.2 El productor debe adquirir los derechos al titular	117
6.1.3 Es fácil sentirse confundido respecto de los derechos incluidos en un acuerdo	118
6.1.4 Es difícil entender el valor potencial de los derechos y ponerles precio	119
6.1.5 No cumplir con las obligaciones puede dar lugar a la pérdida de la película	119
6.1.6 Algunas veces no queda claro quién posee qué derechos o cómo pueden hacerse valer esos derechos	119

<b>6.2</b>	<b>Los productos de marcas y las obligaciones de patrocinio pueden ser difíciles de entender</b>	<b>120</b>
6.2.1	Las licencias sobre personajes son un terreno minado	121
<b>6.3</b>	<b>Una última cuestión – Transacciones en divisas mundiales</b>	<b>123</b>
<b>6.4</b>	<b>Algunas soluciones básicas</b>	<b>123</b>
6.4.1	Infórmese	123
6.4.2	Conozca a los agentes participantes	124
6.4.3	Averigüe y cerciórese acerca de los socios comerciales	125
6.4.4	Supervisión de la distribución	126
6.4.5	No renuncie a más control del necesario	127
6.4.6	Seguro	128
6.4.7	Sea amable	128
6.4.8	Sepa cuándo no tiene que ser amable	128
6.4.9	Hágase de amigos	129
6.4.10	Importancia de la representación legal	129
6.4.11	Entienda lo que dicen los acuerdos	130
	<b>PALABRAS FINALES</b>	<b>131</b>
	<b>EL PANORAMA CAMBIANTE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>	<b>131</b>
	<b>GLOSARIO</b>	<b>133</b>
	<b>AGRADECIMIENTOS</b>	<b>141</b>
	<b>REFERENCIAS</b>	<b>142</b>
	<b>FILMOGRAFÍA</b>	<b>145</b>
	<b>ANEXOS</b>	<b>151</b>
Anexo I	Acuerdo de distribución	151
Anexo II	Ejemplo de formulario de solicitud de seguro contra errores y omisiones (E&O)	160
Anexo III	Cláusulas contractuales y acuerdos de sometimiento recomendados para mediación y arbitraje acelerado de la OMPI para el sector del cine y medios de comunicación	170



## LOS AUTORES

**Rob H. Aft** es presidente de Compliance Consulting LLC, consultoría de difusión y financiación de los medios de comunicación de Los Ángeles que presta servicios actualmente a muy diversos clientes de los cuales bancos, bufetes de abogados, productores, distribuidores, directores y gremios de reconocido talento en los Estados Unidos de América, Europa, Asia, América Latina y África. El Sr. Aft fue jefe de distribución y ventas en varias empresas cinematográficas independientes y últimamente ha ocupado el cargo de productor ejecutivo en *You Got Served: Beat the World*, de Sony.

El Sr. Aft fue miembro del Consejo de Administración de la *Independent Film & Television Alliance* (IFTA) durante siete períodos. Ha impartido cursos sobre industria cinematográfica en la Universidad del Sur de California (USC), en la UCLA Extension y en la Loyola Marymount University. Entre sus escritos cabe destacar un capítulo sobre distribución para la tercera edición de *The Movie Business Book*, un importante artículo sobre el papel de la banca en la industria cinematográfica para "*Variety Deal Memo*", un análisis de la industria cinematográfica en Nigeria para "*The Lagos Guardian*" y *The Rules of Attraction*, una publicación de la IFTA que proporciona un marco para la creación de una comunidad más propicia y favorable a la producción de películas.

El Sr. Aft es invitado frecuentemente en calidad de conferencista por las escuelas de arte cinematográfico de la Universidad del Sur de California (USC) y de la (UCLA), y también participa en numerosas instancias de la industria cinematográfica, en particular la Reunión de Expertos de la OCDE sobre Servicios Audiovisuales en 2011 y los Talleres de la OMPI sobre derecho de autor para profesionales de la industria cinematográfica en Nigeria, Tailandia, Indonesia, Jamaica, México y Filipinas.

**Charles-Edouard Renault** es abogado especialista en el sector empresarial internacional con gran experiencia en legislación de derecho de autor y actividades de entretenimiento. Admitido como miembro del Colegio de Abogados de París en enero de 1996, el Sr. Renault es socio de la firma de abogados *De Gaulle Fleurance & Associés* (DGFLA) de París y ha trabajado en el sector privado tanto para clientes franceses como extranjeros.

El Sr. Renault asesora sobre temas de producción, distribución y litigios. Fue asesor jurídico de películas, como César, y “Dos días en París”, nominada al premio *Independent Spirit*, dirigida por Julie Delpy y protagonizada por Adam Goldberg, “Persépolis”, nominada al Oscar y ganadora del Premio del Jurado de Cannes, coproducida por 247 Films y la *Kennedy/Marshall Company* en asociación con *Sony Pictures Classics*, y dirigida por Marjane Satrapi y Vincent Paronnaud, así como “El vuelo del globo rojo” de Hou Hsia—Hsien, una coproducción entre Francia y Taiwán. También asesora instituciones financieras, como Bancos, Sociedades de Crédito, programas del sistema francés de crédito fiscal para la producción cinematográfica (fondos de financiación de la industria cinematográfica conocidos como SOFICA) y ha colaborado en programas franceses de crédito fiscal internacional para la producción de películas extranjeras (The TRIP).

El Sr. Renault es árbitro en la *Independent Film & Television Alliance* (IFTA – Los Ángeles) y profesor asociado de la Universidad de Lyon en Legislación sobre medios de comunicación. Desde 2006, da conferencias para el *Erich Pommer Institut GmbH für Medienrecht* de Berlín, así como en los talleres de la OMPI sobre derecho de autor para profesionales de la industria cinematográfica de México y Filipinas desde 2009.



## PREFACIO

El objetivo de esta publicación es introducir al realizador cinematográfico principiante en las cuestiones jurídicas y comerciales relacionadas con el sector del cine necesarias para participar en lo que ahora es un mercado mundial bien estructurado para las películas. Ofrece una amplia visión general de los principios y las normas que se observan y aplican actualmente en la industria cinematográfica a nivel internacional. Los lectores pueden consultar a expertos locales en derecho de autor para tener un conocimiento exhaustivo de esas cuestiones en los respectivos países.

Esta publicación está escrita desde el punto de vista del distribuidor. En general, este término incluye al distribuidor territorial local, al agente de ventas e incluso al productor que actúe en calidad de cualquiera de ellos. Uno de los mensajes centrales es la importancia de la documentación sobre derecho de autor, especialmente los acuerdos por escrito que indiquen la titularidad del derecho de autor sobre una obra de creación. Los cineastas y, en particular, el productor deben tener conocimiento de las funciones fundamentales de las personas y empresas que no sólo se encargarán de conceder en licencia su película sino que también de comercializarla. El distribuidor territorial tiene la responsabilidad de la comercialización y la circulación de las películas para los usuarios finales (el público) incluidos cines, televisión, DVD y los nuevos medios de comunicación, en particular el vídeo a la carta (VOD). Por su parte, el agente de ventas está encargado de la concesión de licencias de los derechos de distribución a un distribuidor territorial en un determinado país. La presente publicación describe la cadena completa de valor haciendo hincapié, en particular, en el acuerdo de distribución y en las transacciones sobre derechos entre un distribuidor de películas y el productor o entre el agente de ventas y el distribuidor territorial. El productor concederá la licencia o cederá los derechos adquiridos por él en la etapa de desarrollo, a cambio de una remuneración y la posibilidad de que la película sea explotada en los principales mercados por una empresa de distribución mundial o por distribuidores territoriales que hayan adquirido los derechos locales por medio de un agente de ventas.

También se examinarán problemas y contratos pertinentes. Estos incluyen el acuerdo de adquisición o el acuerdo del agente de ventas, el acuerdo de distribución territorial, así como cuestiones sobre garantía, incluido el seguro contra errores y omisiones (E&O). Se analizarán los acuerdos relacionados con otros derechos asociados, incluida

la música, pero no se pretende que sea un análisis exhaustivo de las obligaciones del productor. Los autores sugieren que los productores consulten la publicación de la OMPI ¡DERECHOS, CÁMARA, ACCIÓN! (RIGHTS, CAMERA, ACTION)<sup>1</sup> para obtener más información sobre los temas relacionados.

También se aborda la cuestión de la solución de controversias, en particular el Reglamento de Mediación y Arbitraje Acelerado de la OMPI para el sector del Cine y Medios de Comunicación, específicamente adaptado para resolver posibles controversias en ese sector y las opciones de solución de controversias de la OMPI para las sociedades de gestión colectiva, p.ej.: el Reglamento de Arbitraje Acelerado de la OMPI para la AGICOA y el Reglamento de Arbitraje Acelerado de la OMPI para la EGEDA.

Por último, el capítulo dedicado a obstáculos y soluciones incluye una lista de comprobación de análisis de riesgos que ayudará a determinar los problemas antes de que sea demasiado tarde. Entre las cuestiones analizadas cabe mencionar la forma de reconocer a las personas que probablemente no cumplirán con sus obligaciones, los riesgos inherentes a las transacciones internacionales y el trabajo con abogados.

El criterio adoptado en esta publicación es muy práctico, dado que se incluyen asesoramiento y jurisprudencia, así como la estructura jurídica general. Se abordan sucintamente las normas internacionales que permiten a las personas saber qué poseen y qué están comprando y, por consiguiente, qué pueden distribuir legalmente o conceder en licencia a otros para su distribución. Aunque se limita a la industria cinematográfica, con solo pocas excepciones, las mismas normas se aplican a la televisión y a todas las otras producciones audiovisuales.

AGOSTO DE 2011

<sup>1</sup> Publicación de la OMPI n° 869.

## INTRODUCCIÓN

*“La normativa de derecho de autor se basa en un principio muy claro: toda persona que, mediante su propia habilidad y trabajo, cree una obra original de cualquier índole, gozará, durante un periodo limitado, del derecho exclusivo de hacer copias de esa obra. Durante ese tiempo, nadie más podrá cosechar lo que el titular del derecho de autor ha sembrado.”*

- Lord Bingham of Cornhill en *Designers Guild Ltd contra Russel Williams (Textiles) Ltd* 2001

La normativa de derecho de autor existe para proteger no solo a los autores o creadores de obras originales, sino también a todos los titulares de derechos de la Cadena de Titularidad, incluidos los distribuidores de películas. El término Cadena de Titularidad hace referencia a la colección documentada de cesiones al productor, a la entidad de finalidad específica (SPE), al distribuidor o a otra entidad que pruebe la titularidad de los derechos de distribución de una película. Aunque subsisten diferencias entre los países respecto de las leyes nacionales sobre derecho de autor por lo que respecta al reglamento para las transferencias de ese derecho, a las normas relativas a la remuneración de los autores y a los métodos de solución de controversias, los principios rectores están recogidos en el Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas (el Convenio de Berna) y los tratados internacionales pertinentes, administrados por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).

Una película es esencialmente un conjunto de derechos, o sea, un guión, probablemente basado en un libro, la música, el talento para dirigir, las interpretaciones y ejecuciones de los actores, así como las contribuciones del equipo técnico creativo, como los diseñadores de vestuario y los escenógrafos. Es necesario que todos los derechos se concedan y adquieran debidamente (mediante cesión o licencia) y estén documentados a fin de que los titulares de los derechos puedan reivindicar la propiedad de la película. Así pues, los titulares de los derechos disponen de libertad para explotar la película mediante la transferencia de los derechos de distribución a un distribuidor. En muchos casos, los distribuidores locales necesitarán documentación para garantizar su inversión, y proceder a adquirir y comercializar los derechos para su territorio. Los distribuidores deben tener confianza en que están obteniendo una licencia de los derechos del titular indiscutible del derecho de autor de la película. Algo que todos los productores y distribuidores de películas saben es que respetar todos los derechos de autor que incluye una película puede ser una

pesadilla de papeleo. Sin embargo, es una parte necesaria del proceso de realización de una película.

El crecimiento de las industrias cinematográficas locales (en volumen y calidad) en todo el mundo y las nuevas tecnologías que permiten que las películas lleguen a públicos en todo el mundo han hecho que sea actualmente más importante que nunca que los productores de película cumplan con las normas reconocidas internacionalmente sobre la titularidad y la cesión del derecho de autor. Esta publicación explica esas normas y demuestra cómo pueden aplicarse de manera eficaz para compensar debidamente a los creadores, elevar al máximo los ingresos de la distribución y promover la confianza del sector inversor.

Una de las primeras cosas que hay que dejar claro es qué se entiende por distribuidor. El distribuidor es la entidad jurídica, una persona física o jurídica, que tiene el derecho a obtener ingresos del derecho de autor mediante la proyección de la película al público o la concesión de una licencia de los derechos a los subdistribuidores que proyectarán la película al público en el territorio, idioma y soporte definidos. A efectos de la presente publicación, un distribuidor puede ser: un estudio importante, como Warner Bros., UGC, Gaumont o Universal, una empresa local independiente, tales como Aurum en España o Ster Kinekor en Sudáfrica, un canal de televisión como Canal+ en Francia y TV Tokyo en Japón, o un agente de ventas, como Summit International que concede licencias sobre los derechos de las películas “Crepúsculo” a los distribuidores locales de todo el mundo.

Los agentes de ventas entran en una categoría especial y solo los incluimos aquí como distribuidores en el contexto más amplio. En muchos países y, en particular, en virtud de las leyes del Estado de California, donde tienen su sede muchos agentes de ventas, su actividad se rige por un conjunto específico de leyes que deja claro que están actuando en nombre de un tercero en lugar de actuar por cuenta propia. Esto crea una serie de obligaciones especiales y muchos argumentarían que, por consiguiente, no son distribuidores. Una vez más, esa distinción no es pertinente para nuestra definición de distribuidor a efectos de la presente publicación.

Aunque escrita desde el punto de vista del distribuidor, la información contenida en esta publicación es asimismo importante para todos los creadores y los titulares de derecho de autor, es decir, productores, directores, actores, escenógrafos,

diseñadores de vestuario, guionistas, novelistas, creadores de personajes, las personas que poseen derechos de remake y de secuelas y aquellas que se ocupan del aspecto comercial de la industria, como abogados, banqueros, compañías de seguros, financiadores y distribuidores. Se abordará más detenidamente cada categoría de esas partes interesadas, aunque, en última instancia, el productor y el distribuidor tienen la responsabilidad de garantizar que se cumplimente toda la documentación necesaria a fin de que se demuestre claramente la titularidad de una película o los derechos de distribución de la misma. Son quienes, especialmente el distribuidor, dan la cara al público, generan ingresos (beneficios) y se enfrentan con posibles pleitos, debidos al uso ilícito de material protegido por derecho de autor. Para hacer frente a esa responsabilidad, la documentación, que incluye todo lo referente a derecho de autor, debe formar parte de una Cadena de Titularidad (CDT) clara y autorizada. Esto se inicia al comienzo del proceso de realización de una película. Reconstruir la documentación sobre derecho de autor es difícil y a menudo imposible si no se ha gestionado bien desde las primeras etapas del ciclo de vida de la propiedad de una película.

En esencia, la documentación CDT es un pasaporte que permite que una película entre en el mercado internacional: un documento base que le abrirá las puertas de acceso a los mercados. Esas puertas permanecerán cerradas para siempre si no se puede probar, confirmar y, en muchos, casos, garantizar, la titularidad del derecho de autor, mediante lo que se denomina un seguro contra errores y omisiones (E&O). Los bienes inmuebles se utilizan generalmente como una metáfora, por el hecho de que la mayoría de las personas que trabajan en los sectores empresarial, bancario y financiero tienen más experiencia en esa clase de transacciones financieras. Nadie construiría un centro comercial en un terreno que no considere que le pertenece o que puede controlar. Existen métodos claros en la mayoría de los países para determinar quién controla la tierra (la titularidad) así como un seguro de titularidad para precaverse contra pérdidas financieras debidas a errores en la documentación. Por consiguiente, todos los derechos de propiedad intelectual correspondientes a una película deben estar concedidos en licencia, y, si es posible, deben estar asegurados antes de que un inversor decida hacer una inversión, antes de que un banquero otorgue a la producción una financiación por préstamos y antes de que un distribuidor asuma el riesgo de proyectar la película ante un público que paga.

Los realizadores de películas pueden objetar que el aspecto comercial de la industria tiene mayor peso que el aspecto creativo. Más pleitos y más auditorías entrañan más

abogados y contadores. Lamentablemente, cuanto más éxito tiene una película, más cuestionada será la Cadena de Titularidad por cualquier persona, aunque solo tenga una vaga relación con el material. Éste ha sido el caso desde los primeros días del cine. Por más difícil que sea en la actualidad, no se puede decir que haya empeorado. Un cambio notable ha sido el hecho de que es mayor el número de profesionales del sector de la creación artística que han comprendido que tienen derechos, y, en muchos lugares, esos derechos se han codificado y ampliado, y su aplicación se observa rigurosamente.

La distribución ilícita de obras protegidas por derecho de autor (piratería) no se examina con detalle en la presente publicación, salvo para señalar que es mucho más fácil para los distribuidores hacer valer sus derechos cuando pueden demostrar con claridad que esos derechos cumplen con las normas internacionales. La piratería de la propiedad intelectual es una plaga; ahora bien, en esta publicación se aborda la cuestión de probar la identidad del auténtico titular en un mercado de distribución legítimo. La razón por la que los distribuidores y creadores ceden sus derechos o los conceden en licencia en su debida forma es porque quieren que hacerlos valer.

Los distribuidores de todo el mundo siempre están buscando las películas más creativas, comerciales e interesantes para presentar a sus espectadores. Uno de los aspectos más notables del cine es que se pueden encontrar nuevos talentos en cualquier parte. Una pequeña película de un país con una cultura limitada del cine y de la realización de películas puede ganar el primer premio en el Festival de Cine de Cannes. Cuando eso ocurre, los titulares de los derechos reciben un aluvión de ofertas de distribución. Los posibles distribuidores exigirán que los titulares de los derechos estén preparados para demostrar con claridad su propiedad de la película según las normas internacionales. El momento de comenzar a preparar la conclusión de ese gran acuerdo de distribución se sitúa mucho antes de que las cámaras empiecen a rodar.

Esta publicación no ofrece asesoramiento jurídico. Los autores alientan a los lectores a que busquen ese asesoramiento a nivel local y se aseguren de que su abogado conoce bien todo lo relativo a acuerdos internacionales normalizados sobre derecho de autor y a su aplicación.

## CAPÍTULO 1

### LA ESTRUCTURA MUNDIAL DE LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA

#### 1.1 Oportunidades para el cine en mercados locales e internacionales

La industria cinematográfica es una verdadera economía mundial, una próspera colaboración entre artistas, financieros, productores, distribuidores, expositores y espectadores. Esta globalización se aceleró a lo largo de los años 1980 y 1990 cuando los beneficios de las películas estadounidenses procedentes del exterior pasaron de menos del 30% a nivel mundial a más del 60%. Esto ocurrió, a veces, a expensas de la producción local de películas pero, en la mayoría de los casos, se debió al crecimiento general de los ingresos de distribución en todo el mundo, incluida la liberalización de los mercados de televisión (TV) que dieron lugar a la proliferación de canales comerciales, y benefició a las películas locales e importadas.

A principios del siglo XXI, se produjo una explosión de la producción local en China, la India, América Latina, África y Europa oriental. El ventas en China alcanzaron los 10.000 millones de yuanes (1.500 millones de dólares EE.UU. o 1.000 millones de euros) en 2010, un espectacular aumento del 60% respecto de 2009. Aunque lideraban algunos éxitos de taquilla estadounidenses, 17 películas locales superaron la marca de 100 millones de yuanes (15 millones de dólares EE.UU. o 10 millones de euros). Los fructíferos mercados internacionales han permitido mejorar la calidad de la producción de películas, las que, a su vez, han podido acceder a un sistema de distribución mundial consolidado que estaba dominado previamente por los Estados Unidos de América y Europa. Los Estados Unidos ya no son el epicentro de la industria cinematográfica mundial. Esto ha dado origen a oportunidades interesantes para las empresas de producción y distribución que no son estadounidenses y ha sentado las bases para que películas de todo el mundo lleguen a un público más amplio.

Como telón de fondo, es importante, en primer lugar, entender cómo distribuyen películas para el público mundial los principales estudios cinematográficos estadounidenses y las empresas independientes de todo el mundo y, después, analizar qué significa esto para los realizadores cinematográficos y los financieros locales. La titularidad del derecho de autor es fundamental para entrar a cualquier nivel de ese sistema mundial.

### 1.1.1 Los principales estudios estadounidenses (Sony, Fox, Warner Bros., Disney, Paramount, MGM, Universal)

Los grandes estudios de la industria de la distribución de películas no tienen problemas. Mantienen sus propias oficinas de distribución en cada uno de los principales territorios. Estas oficinas contratan sus películas a los cines, distribuyen DVD a minoristas y gestionan la comercialización a nivel local para ambas actividades. Por ejemplo, una película de Fox que se estrene en el Reino Unido será gestionada por ejecutivos de la Fox en sus oficinas allí, bajo la supervisión del equipo internacional en el estudio Fox de Los Ángeles. Muchos de los grandes estudios gestionan también las “unidades de películas de especialidad”, que son comparables a las entidades de producción y distribución independientes. Se trata, en general, de distribuidores estadounidenses y pueden distribuir fuera de los Estados Unidos o vender los derechos sobre las películas que producen o adquieren territorio por territorio. Algunas de estas empresas son Universal Focus, Sony Pictures Classics y Fox Searchlight que estrenaron la película de Danny Boyle, ganadora de un Óscar, *Slumdog Millionaire* (2008).

De forma casi simultánea, los estudios han pasado a aplicar una estrategia de distribución mundial (fecha y día del estreno), en tantos territorios como les sea posible y en pocas semanas. De este modo, los estudios se benefician de la enorme publicidad generada por el estreno en los Estados Unidos, limitando al mismo tiempo el daño causado por la piratería. Internet, MTV, CNN y los medios de comunicación mundiales garantizan que, el lunes, el público mundial pueda saber qué películas estaban en la lista estadounidense de las diez primeras durante el fin de semana. Esas noticias pueden tener una enorme influencia en los gustos a nivel mundial y en el éxito de la distribución.

Casi inevitablemente, los principales estudios forman parte de conglomerados de medios de comunicación mundiales, tales como NewsCorp (Fox), Time/Warner (Warner Bros.), Disney y Viacom (Paramount). La mayoría de ellos tiene un importante negocio de teledistribución que puede incluir marcas mundiales por cable como Fox Family, Disney Channel, MTV (Viacom/Paramount) e incluso la propiedad de numerosos canales de teledistribución en otros países, generalmente por cable y por satélite, en lugar de la radiodifusión que está sometida a mayores restricciones de propiedad. Cada vez más, estos estudios se están asociando a empresas locales en todo el mundo para crear contenidos, incluidos largometrajes. En algunos casos, ese



contenido viajará fuera del país de origen. Algunos estudios han invertido incluso en cadenas de cine internacionales.

Los estudios son también financiadores y distribuidores potenciales de películas producidas en cualquier sitio donde operen, y algunos adquieren los derechos de distribución tanto para el mercado estadounidense como para otros mercados no estadounidenses seleccionados. Por supuesto, es más probable que compren a través de sus divisiones especializadas que son los grupos que más probablemente financiarán una película local. Cuando lo hacen, los estudios esperan que se respeten rigurosamente todos los protocolos CDT – que, en muchos casos, pueden incluir el otorgarles los derechos para *remakes*, precuelas, secuelas o *spin-offs*. Los Estudios también han invertido mucho en producción y distribución en idiomas que no sean el inglés. Un ejemplo excelente es la famosa *Tigre y Dragón* (2000) de Ang Lee que fue rodada y financiada fundamentalmente por Miramax (que era parte de Disney en ese tiempo), Good Machine y Sony Pictures Classics. En algunos casos, como a finales de los años 1960 y principios de los años 1970, cuando financiaron películas de directores de renombre como François Truffaut (*La sirena del Mississippi* (1969) con United Artists) o Luchino Visconti (*Muerte en Venecia* (1971) con la financiación de Warner Bros. Pictures), las empresas estadounidenses también invierten a nivel internacional para penetrar en los mercados locales y eludir las reglamentaciones locales en materia de distribución de películas, como las cuotas.

Existen límites al poder de los principales estudios. Muchos países limitan el crecimiento de las actividades locales de los estudios por motivos culturales, así como comerciales, mediante cuotas o leyes contra determinadas prácticas comerciales anticompetitivas. En Corea del Sur, por ejemplo, algunos atribuyen el aumento de las películas locales entre 2000 y 2007 a la política de cuotas de pantalla del país, mientras que otros atribuyen su éxito a un aumento de la calidad que pronto dejó obsoletas las cuotas porque los cines habían empezado a proyectar películas en un número mayor que el requerido por las cuotas. Independientemente de la causa, la cuota de mercado de la producción local de películas en Corea del Sur alcanzó el 75% en 2005 y, en octubre de 2006, el Gobierno de Corea del Sur estableció un sistema de apoyo específico para su Industria Cinematográfica que incluye la promoción de las películas de Corea del Sur en el extranjero.

### 1.1.2 Los distribuidores independientes

Los distribuidores independientes son básicamente todos los distribuidores en cualquier parte del mundo que no estén asociados a los principales estudios estadounidenses. Entre ellos, cabe destacar los grandes distribuidores territoriales como UGC y Pathé en Francia, y E1 y Alliance en el Canadá, que también tienen importantes operaciones internacionales. Los distribuidores independientes pueden ser distribuidores territoriales en los respectivos países, así como exportadores (agentes de ventas). Pueden participar en todas las actividades de distribución territorial, incluido teatro, DVD, televisión, VOD o Internet, o especializarse en más de un sector. La única cosa que tienen en común es que no forman parte del sistema de distribución mundial de los estudios estadounidenses integrados verticalmente. Sin embargo, como se ha indicado anteriormente, los principales estudios estadounidenses pueden ser compradores (distribuidores territoriales) y pueden tener incluso acuerdos de distribución a largo plazo con distribuidores independientes en diversos territorios, en virtud de los cuales el distribuidor territorial local pone en circulación todas las películas del estudio principal estadounidense en ese país.

Alemania, Italia, Reino Unido y Francia, así como India, Egipto, Rusia, Japón y otros han desarrollado sus propias industrias cinematográficas desde los inicios de este arte. Hace algunas décadas, estos países tenían algunos de los estudios más importantes del mundo, como UFA y Bavaria Films en Alemania, The Rank Organisation y Ealing Studios en el Reino Unido, Gaumont y Pathé en Francia, MosFilm en Rusia y Toho en Japón. En los últimos años, el aumento de la producción local en otros muchos países de todo el mundo ha tenido una gran incidencia en el sector independiente.

Las películas locales son, por naturaleza, películas independientes. Son vendidas y distribuidas generalmente por distribuidores territoriales independientes localmente y en otros países. A medida que crece el número de películas producidas localmente y encuentran mercados de exportación, la cantidad de películas estrenadas en muchos territorios ha aumentado hasta el punto de que el simple hecho de obtener una contratación de cine puede ser muy difícil. Los principales estudios estadounidenses tienen una gran incidencia en la mayoría de los mercados y, a menudo, dominan las pantallas de cine, haciendo difícil, incluso para las películas locales independientes, encontrar cines para contratar, aunque, en muchos territorios, como India, Japón, Corea del Sur y Francia, las películas y los distribuidores locales dominan la taquilla.

A pesar del hecho de que las películas estadounidenses pueden obtener hasta el 80% de la taquilla mundial, las películas no estadounidenses siguen siendo competitivas en los mercados locales. En 2008, las películas japonesas obtuvieron un 57% de los ingresos locales por venta de entradas, mientras que las películas locales francesas obtuvieron un 45,3% de los ingresos de taquilla, y las películas estadounidenses el 43,2%. Los distribuidores en Francia y en muchos otros territorios, particularmente en Europa, reciben apoyo a la distribución por las administraciones locales en un esfuerzo para mantener una industria local pujante, y para alentar el aumento de la inversión privada en el sector.

Todos los años, se estrenan en cines de los Estados Unidos de América entre quinientas y seiscientas películas, aproximadamente de diez a doce películas cada semana. En una cantidad varias veces superior esas películas se editan en DVD todas las semanas y compiten por el gasto del consumidor. Sumándose a las miles de películas en los mercados locales de todo el mundo, países como India, Japón, Corea, Reino Unido y Francia, realizan grandes cantidades de películas para el cine. Así pues, queda claro que es una tarea difícil, en cualquier parte del mundo, lograr que una película entre en el canal de distribución. Algunos dicen que se hacen demasiadas películas, mientras que otros argumentan que los productores tienen que hacer tres películas para lograr una buena. La inversión en películas, ya sea por parte de individuos, empresas o gobiernos, suele separarse de los ingresos potenciales del mercado. Esto lleva a que se hagan más películas de las que posiblemente puedan ser rentables. Por ejemplo, se hicieron más de 4.000 películas en 2009. Se espera que ese número aumente, a medida que países como China, Rusia y Brasil aumentan sus niveles de producción.

Los Estados Unidos de América y Francia ofrecen algunas de las estadísticas más detalladas a ese respecto. Según la *Motion Picture Association of America* (MPAA), existen 150.000 pantallas de cine aproximadamente en todo el mundo, de las cuales los Estados Unidos solo tiene unas 40.000. En 2010, se estrenaron unas 560 películas en las salas de cine de los Estados Unidos, aproximadamente 11,5 cada semana. De ellas, 419 eran películas independientes. El estadounidense medio compra sólo cuatro entradas de cine al año (un tercio de los estadounidenses no va nunca al cine). Se considera que los Estados Unidos es uno de los países con mayor número de pantallas per cápita, además de ser uno de los principales en venta de entradas. La distribución cinematográfica es una actividad exigente y los productores deben ser

conscientes de las dificultades actuales del mercado para negociar los acuerdos de distribución más favorables.

Se pueden distinguir tres niveles de películas en el mercado de distribución:

- (i) Las películas de los principales estudios: estrenos en salas de cine con elevados presupuestos.
- ii) Las principales películas independientes: los títulos locales o internacionales que pueden contar con estrenos en salas en la mayoría de los mercados gracias al presupuesto, el elenco o el director.
- iii) Todo lo demás, incluye las películas que sólo se exhiben en salas a nivel local, las películas de televisión o grabadas directamente en DVD y, quizás, el mayor subgrupo en este caso o sea las películas de autor bienintencionadas que no llegan a exhibirse en festivales de cine.

En el pasado, muchas de las películas independientes de mayor duración se desarrollaban hasta un cierto punto, y, después, un agente de ventas y/o un distribuidor mundial con todos los derechos, que actuaba generalmente como productor ejecutivo, presentaba los elementos (guión, actores, director, presupuesto y plan de proyección interna) a los compradores de todo el mundo a los que se concedía en licencia los derechos de distribución de la película en su territorio. Estos distribuidores territoriales también pueden ser denominados subdistribuidores o distribuidores nacionales en el país de origen de la película. Es de lamentar que la palabra “distribuidor” se utilice en contextos tan diferentes, pero todos tienen que ver con la generación de ingresos para la película, y esta publicación intenta ser lo más precisa posible para evitar toda confusión. Estos contratos de “venta anticipada” (con anterioridad a la realización de la película) se utilizan como garantía de préstamo para la producción y la realización de la película. Solo algunas de esas películas estuvieron a la altura de la estrategia de venta y muchas fueron costosos desastres para los compradores. Otras, incluida la *Trilogía del Señor de los Anillos* dirigida por Peter Jackson (2001-2003) y *La Saga Crepúsculo* (varios directores, 2008-2010) tuvieron mucho éxito. Algunos distribuidores territoriales han decidido convertirse en productores y ahora dirigen empresas de producción y distribución territorial que realizan y distribuyen películas en el idioma local, y, en algunos casos, en particular en España, películas en inglés.

### 1.1.3 Organizaciones comerciales de distribución de cine y televisión

Las organizaciones comerciales de distribuidores de películas y televisión independientes alientan el crecimiento de las empresas y distribuidores de ventas locales. Aunque muchos agentes de ventas gestionen películas de cualquier parte del mundo, no existe ningún sustituto para las empresas locales que ofrecen sus propias películas al mercado.

Los estudios estadounidenses están representados por una organización comercial denominada la MPAA (*Motion Picture Association of America*), y los distribuidores independientes tienen una organización similar llamada la *Independent Film and Television Alliance* (IFTA). Aproximadamente el 60% de los miembros de la IFTA son empresas no estadounidenses. Además de sus otras funciones, la IFTA organiza el *American Film Market* (AFM) cada mes de noviembre en Santa Mónica, donde los productores, vendedores y distribuidores internacionales se reúnen para concluir acuerdos de licencia territoriales. También existe una organización de Distribuidores Europeos de Películas denominada la *European Film Export Association* (EFEA), así como grupos de distribución locales en muchos países y regiones, tales como la Asociación de Distribuidores de Películas (*UK Theatrical Film Distributors*).

Casi todos los territorios del mundo tienen una organización comercial de productores locales, así como sindicatos/gremios que representan a escritores, directores, actores y técnicos. Algunas cuentan con financiación pública, pero la mayoría son grupos privados formados por profesionales. La Alianza de Productores para el Cine y la Televisión (PACT) es la asociación comercial del Reino Unido que representa y promueve los intereses comerciales de las empresas independientes de largometrajes, televisión, digitales, de niños y de animación. En Hong Kong, el Consejo de Desarrollo Comercial de HK trabaja con la Asociación de Productores y Distribuidores de Películas de Hong Kong para organizar cada mes de marzo el popular mercado cinematográfico *FilmArt*. *UniFrance* ayuda a organizar los esfuerzos de exportación de los productores y agentes de ventas franceses para todo el mundo e IMCINE ha logrado una buena reputación como promotor de las películas mexicanas en todo el mundo. Los realizadores cinematográficos pueden acceder a los recursos de sus organizaciones locales para la promoción del cine y buscar su orientación y apoyo.

## 1.2 Acceder al mercado mundial de cine

### 1.2.1 Agentes de ventas y mercados y festivales de cine y televisión

La oportunidad real para las películas locales fuera de sus territorios o regiones de origen reside en el sector de distribución independiente. Aunque una división de un estudio principal podría distribuir, en última instancia, la película en los Estados Unidos, es más probable que compre la película en un mercado o en un festival cinematográfico donde pueda examinar una variedad de otras películas independientes. En esencia, los estudios actúan como cualquier otro distribuidor territorial independiente en ese mercado.

Esos mercados cinematográficos como el Mercado Cinematográfico Americano en Los Ángeles, el Festival y el Mercado de Cine de Cannes, el Mercado Europeo de los medios de comunicación en Berlín y el Mercado de cine y televisión de Hong Kong son oportunidades para que los distribuidores territoriales y los agentes de ventas se reúnan y negocien licencias de los derechos de distribución territorial. También hay muchos mercados de televisión, incluidos dos en Cannes (MIPTV y MIPCOM), así como eventos locales en todo el mundo. Por supuesto, las actividades de concesión de licencias se producen durante todo el año y no se limitan a esos eventos.

Los festivales de cine y televisión se celebran a lo largo del año, y participar en el festival que conviene puede ser un factor clave para garantizar la distribución. Un productor puede pensar que estrenar en el Festival de Cine de Sundance en Utah puede ser la clave del éxito, pero la historia indica que el estreno de una película en el Festival de Cine de Toronto probablemente tenga una mayor oportunidad de lograr una importante distribución comercial. El Festival de Cine de Cannes es el festival mejor considerado del mundo, pero sus críticos pueden ser implacables. *Southland Tales* (2006), por ejemplo, una película del director de *Donnie Darko* (2001), Richard Nelly, debutó en competición en Cannes en 2005. La reacción ante la película fue tan dura que los productores volvieron a montar completamente la película y la versión que finalmente se proyectó pasó casi inadvertida por el público u otros críticos.

También hay muchos ejemplos de películas que fueron “una revelación” en Cannes, incluida *Pulp Fiction* (1994) de Quentin Tarantino, que ganó la Palma de Oro y pasó a convertirse en un éxito mundial.

Los buenos agentes de ventas guiarán una película a través del proceso del mercado y los festivales. Sabrán cuándo proceder a la venta anticipada y cuándo esperar para proyectar una película finalizada. También sabrán si la película tendrá mejores resultados en Park City (Sundance) o Venecia durante el Festival de Cine de la Mostra. Hay dos tipos de vendedores: el representante del productor y el agente de ventas internacional. Los representantes del productor presentan un título ante los distribuidores estadounidenses y pueden participar a la hora de contratar un agente de ventas internacional. Perciben una remuneración, generalmente el 5% aproximadamente por cerrar un trato en los Estados Unidos y pueden recibir una parte de los ingresos generados por el agente de ventas. El trato en los Estados Unidos puede entrañar un pago anticipado denominado un anticipo recuperable o simplemente puede garantizar que se gaste una determinada cantidad de dinero en el estreno (un compromiso de copias y publicidad (P&A), por ejemplo), o ambos.

En general, un acuerdo con un agente de ventas puede suponer un anticipo reembolsable abonado al titular de los derechos, normalmente el productor, y requerirá la recuperación de los costos, así como el pago de una comisión de distribución de entre el 10% y el 35%. Si el agente de ventas abona un anticipo a cuenta de los ingresos de distribución esperados de sus ventas, normalmente cobrará un porcentaje de comisión más elevado. Si se espera que los ingresos sean muy elevados, es previsible que el porcentaje sea inferior y viceversa. Dado que es probable que requiera la misma cantidad de trabajo, los agentes generalmente prefieren recibir el 10% de 10 millones de dólares EE.UU. en lugar del 30% de 1 millón de dólares EE.UU.

**El papel del agente de ventas** – El perfil del agente de ventas varía mucho según el lugar del mundo, y es importante que todos los participantes se informen en toda la medida de lo posible acerca de cada una de las personas con las que trabajan. Averigüen acerca de las otras películas que han distribuido y hablen con los productores de esas películas para enterarse si los han tratado debidamente. Por su parte, los agentes de ventas tienen que saber si los productores han hecho todo lo que les correspondía hacer a fin de garantizar todos los derechos que alegan les pertenecen. Si no se trata de la primera película del productor, un agente de ventas también puede querer saber si ha actuado correctamente, apoyando la distribución, etc. en el pasado.

Todas las entidades que participen en las transacciones de derechos, incluidos los titulares de los derechos, los agentes de ventas y los distribuidores territoriales deben tener un buen conocimiento de todos los acuerdos, especialmente los que tengan que firmar. Si una de las partes no entiende alguna cláusula del acuerdo, debe formular las preguntas pertinentes. Nunca acepte la frase "oh, se trata de cláusulas normalizadas". Los contratos mal redactados son una fuente importante de litigios y de animosidad en la industria del cine. El acuerdo de distribución es una transacción de derechos y forma parte de la documentación de la cadena de titularidad.

En muchas jurisdicciones, en particular en Europa y en los Estados Unidos de América, donde muchos agentes de ventas tienen su sede, las actividades de esos agentes se rigen por leyes muy precisas que dejan claro que actúan en representación de un tercero en lugar de hacerlo por cuenta propia. Esto no sólo crea obligaciones claras por lo que respecta al pago de dinero en virtud de las condiciones del acuerdo, sino que también crea una relación que teóricamente puede darse por terminada cuando se quiera. Este tema es controvertido, aunque es importante tener un pleno conocimiento de las obligaciones y los derechos de cada parte según se explica a continuación.

Por lo general, los distribuidores territoriales no se reúnen con los productores para examinar proyectos individuales. Un agente de ventas tiene esas relaciones y sabe cómo negociar los mejores acuerdos, preparar los materiales de entrega, enviar materiales, cobrar el dinero, realizar el seguimiento de las regalías y quizás, lo que es más importante, cómo resolver en forma adecuada y eficaz las controversias que surgen inevitablemente. Es muy poco probable que un productor pueda preparar acuerdos y realizar entregas a satisfacción del distribuidor territorial, lo que podría conllevar la anulación del acuerdo, y la película no recibiría ingreso alguno.

Sin embargo, hay sectores en los que los productores pueden asumir la responsabilidad de determinados aspectos de la distribución de sus películas. En muchos territorios, el cineasta local también es el distribuidor territorial. Cuando los productores hacen tratos con los agentes de ventas o con los distribuidores a nivel mundial, deben velar por reservar para sí mismos cualesquiera derechos que ya hayan concedido en licencia a otras partes o que hayan previsto explotar por sí mismos. Normalmente, esto significa mantener los derechos locales o regionales, y los agentes de ventas esperan que así sea. También es necesario reservar los derechos de los coproductores extranjeros si esos coproductores son también los



distribuidores territoriales en los respectivos territorios o si las reglamentaciones sobre coproducción pertinentes exigen que ellos conserven esos derechos.

Es importante saber para qué se ha contratado al productor y/o al titular de derechos, al agente de ventas, al representante del productor, al distribuidor territorial o a otra entidad, es decir, qué zonas de distribución y qué derechos en materia de medios de comunicación han sido objeto de licencia y cuál es el papel de cada entidad en el proceso de distribución. ¿Son también distribuidores territoriales en sus territorios de origen, como Lionsgate en los Estados Unidos de América, que actúa como agente de ventas pero también es un distribuidor principal norteamericano? Si el distribuidor territorial o el agente de ventas desea tener también derechos de explotación comercial, los productores deben asegurarse de que saben cómo hacerlo. De lo contrario, deberán mantener esos derechos para sí mismos. Si es posible, el productor conservará los derechos derivados (derechos para realizar secuelas o remakes), a menos que el distribuidor tenga la capacidad demostrada de explotar esos derechos. Los productores quizás no sean capaces de explotar los derechos pero eso no significa que deban cederlos a otra persona que no habrá de explotarlos.

### 1.2.2 Teledistribución

La televisión ofrece una de las mejores opciones para las películas producidas a nivel local. El problema a este respecto es que los ingresos de teledistribución de las películas que no son locales ni estadounidenses, son muy bajos en muchos países. En parte esto se debe a la cantidad de películas disponibles y en parte a que las películas no han tenido la publicidad que les da el cine lo que las habría hecho más apreciadas. Sin embargo, en algunos territorios, se exige a las cadenas de televisión que inviertan una determinada cantidad de sus beneficios en la producción y adquisición de películas locales.

También existen canales especializados por cable en todo el mundo que atienden a las comunidades de las diásporas, en particular, el Africa Channel de los Estados Unidos de América, los canales que ofrecen telenovelas en tagalo en el Reino Unido y series de televisión coreanas en el Brasil. Una rápida investigación producirá una lista de posibles salidas comerciales para películas locales en esos servicios. Por supuesto, los distribuidores deben esperar para explotar esas posibilidades de comercialización hasta que la película haya completado su recorrido en festivales y resulte claro si tendrá éxito en canales de distribución más convencionales.

La teledistribución es probablemente un sector aún más especializado que la distribución en los cine y en DVD y, por consiguiente, más difícil para que los productores la gestionen por su cuenta. Entre las diversas complicaciones está la cuestión del desbordamiento, es decir, la situación en la que la señal de la cadena “se fuga” de una zona geográfica que ha sido concedida debidamente en licencia a un organismo de radiodifusión a otra en la que ese organismo de radiodifusión no tiene los derechos. Esto es muy común en Europa, donde una radiodifusión en idioma francés que procede con toda legitimidad de Francia puede ser recibida en Bélgica o Suiza. Esto puede infringir el derecho de autor concedido a los distribuidores territoriales en estos otros países, aunque en la mayoría de los casos se prevé en los diversos acuerdos de distribución.

### 1.2.3 Distribución de nuevos medios de comunicación

Los nuevos medios de comunicación son claramente el sector de distribución que crece más rápidamente. Aunque los ingresos son todavía muy bajos, los servicios de Internet, cable, satélite, a la carta y de transmisión en flujo continuo están comenzando a generar ingresos importantes en todo el mundo. Con la aparición de televisiones con conexión a Internet, de conexiones de Internet a mayor velocidad (lo que permite el acceso a la carta a versiones en alta definición) y con el aumento de la calidad de pantalla de los dispositivos portátiles, en particular las tabletas, el entorno digital en línea ha pasado a ser una plataforma legítima y muy importante para la distribución de películas. Los acuerdos para estos derechos y los contratos asociados están evolucionando pero seguirán reflejando las cuestiones contractuales generales abordadas en el capítulo 3, en el que se presentan problemas de los que los distribuidores y los productores deben ser conscientes.

Existen tres modelos principales de ingresos para la distribución de nuevos medios:

- (i) Vídeo a la carta (VOD)/Pago por visión (PPV)/Download to own (descarga en propiedad) (DTO), en las que el pago se efectúa para una película específica y los ingresos son muy fáciles de rastrear,
- ii) Financiado por la publicidad: modelo según el cual el televidente ve anuncios como “pago” por la película (y en el que es mucho más difícil rastrear los ingresos por película),
- iii) Suscripción: modelo según el cual se abona una tarifa plana mensual para ver de manera ilimitada un conjunto de películas (una vez más, es muy difícil rastrear los ingresos debido a la variedad de modelos complicados establecidos para el reparto de los ingresos).

La regla general es que el licenciante (a menudo una empresa “agregadora”, que tiene un acuerdo con un servicio VOD, como iTunes, Amazon, Hulu o DailyMotion para poner a disposición películas) de la película al servicio VOD de Internet recibe el 50% de los ingresos brutos que el proveedor VOD recibe del consumidor. El titular de los derechos, a su vez, recibe entre el 50% y el 70% de ese importe. Por supuesto, los acuerdos pueden variar grandemente. Por ejemplo, habrá diferentes porcentajes para la distribución en cines y para la teledifusión.

La mayoría de los distribuidores territoriales y de los agentes de ventas exigirán a los licenciantes que incluyan todos los derechos digitales, en particular Internet y todas las formas de VOD, incluidas la descarga, la transmisión en flujo continuo y la televisión por protocolo de Internet (IPTV). Probablemente exigirán que el licenciante les otorgue derechos para todas las tecnologías de entrega “actualmente en uso o que se apliquen en algún momento en el futuro”. Aunque algunas organizaciones, tales como la IFTA, recomiendan que esos derechos se concedan mediante licencia por separado, suele ser muy difícil lograrlo, dado que los derechos pasan a ser parte integrante de la estrategia global de la distribución de las películas. Se espera que para 2020 esas tecnologías sustituyan totalmente el DVD y el Blu-ray. En algunos países, esto ya se ha producido.

Los nuevos medios de comunicación son un sector que está evolucionando tan rápidamente que se están acuñando nuevos términos casi a diario. Uno de los nuevos conceptos es “*Catch Up Rights*” (derecho de redifusión), el derecho a retransmitir programas emitidos a través de Internet mediante acceso gratuito durante un período de tiempo limitado, inmediatamente después de la primera radiodifusión en un territorio. La BBC ofrece este servicio en el Reino Unido, al igual que M6 en Francia mediante M6 Replay. La mayoría de los organismos de radiodifusión de los Estados Unidos de América, ofrecen esos servicios por medio de sus páginas o sitios Web de propiedad exclusiva, como Hulu, y existen servicios similares en todo el mundo. Probablemente no es posible excluir esos derechos de la mayoría de los acuerdos de distribución para radiodifusión, pero es necesario saber cuáles son y cómo pueden afectar a otros derechos que puedan ser objeto de licencia.

Las cuestiones más importantes a abordar en materia de distribución de nuevos medios de comunicación e Internet son la exclusividad, el geofiltrado y la gestión de los derechos digitales (DRM). En la mayoría de los casos, el distribuidor territorial con todos los derechos mantiene localmente los derechos y después otorga las licencias

de los mismos a los diversos puntos de salida de los nuevos medios de comunicación de manera no exclusiva, lo que significa que múltiples servicios y plataformas pueden ofrecer descargas, transmisión en flujo continuo, VOD o S-VOD (suscripción VOD) de la misma película simultáneamente. Sin embargo, en algunos territorios, los distribuidores están tratando de negociar ventanas de explotación específicas para cada uno de esos derechos a fin de aumentar al máximo los ingresos.

El geofiltrado permite ofrecer derechos solamente a un territorio limitado, como ha sido siempre el caso con la concesión de licencias territoriales tradicionales. Esto ha sido un importante tema de litigio desde el momento en el que las películas estuvieron disponibles en Internet a finales de la década de 1990. Es necesario que los contratos especifiquen con claridad el territorio, y el distribuidor debe garantizar que la integridad del territorio será respetada mediante el geofiltrado. Eso lleva a la tercera cuestión: DRM (gestión de derechos digitales). La calidad y la eficacia de los sistemas DRM no son siempre las mismas, pero todos los contratos en los que figuren derechos sobre los nuevos medios de comunicación deben especificar que la señal debe contener alguna forma de DRM.

Cuando se debatió por primera vez la cuestión de los nuevos medios de comunicación, los productores independientes inmediatamente soñaron con poder eludir los sistemas de distribución tradicionales y acceder a los consumidores directamente. En muchos aspectos, esto ha pasado a ser realidad. Los productores independientes comienzan a crear sus bases de seguidores, a suscitar interés y entusiasmo por sus películas, a vender los productos y, por último, a mostrar la película finalizada en los nuevos medios de comunicación. La mayoría de las producciones independientes y de estudio establecen ahora páginas en Facebook, cuentas en Twitter o sitios Web. Demostrar que existe un importante interés del consumidor en la película puede favorecer un mejor acuerdo de distribución.

Explotar las salidas comerciales de los nuevos medios de comunicación difiere totalmente de eludir el sistema de distribución tradicional. Lamentablemente, las empresas que dominan la distribución de largometrajes continúan siendo grandes entidades que no aceptan propuestas directas de los productores. Amazon, iTunes y Hulu, por ejemplo, confían en empresas agregadoras para sus películas. Por su parte, estas empresas agregadoras confían para sus películas en los mismos distribuidores que a los productores les gustaría eludir.

Las “empresas agregadoras” de la industria cinematográfica son las empresas que organizan gran cantidad de películas, llegan a acuerdos con los productores o los distribuidores territoriales, confirman la cadena de titularidad, formatean los elementos maestros y utilizan una etiqueta de seguridad meta para los ficheros. El término “agregadora” suele no entenderse bien. Cualquier empresa que reivindique ser una empresa agregadora debe tener un acuerdo claro con uno o más de los canales de venta principales de vídeos a la carta (VOD) (sea por cable sea por Internet) en un territorio dado para suministrarles un flujo constante de películas. De esta forma, puede decirse que actúan en cierto sentido como agentes de ventas en representación de los titulares de los derechos pero pueden ser la única forma de entrar en esos importantes sistemas VOD de Internet. A menudo son distribuidores territoriales y empresas agregadoras. Cualquier persona que haga negocios con una empresa agregadora debe fundamentar sus alegaciones de que puede colocar el material en esos canales de distribución. Muchas empresas agregadoras proceden del negocio de distribución de DVD y de licencias de televisión, como Warner Bros. (que es, de lejos, la empresa agregadora más grande de los Estados Unidos de América), Fremantle y Brainstorm Media de los Estados Unidos. Belgacom TV y VOO de Bélgica, OD Media de los Países Bajos, Orange y Glowria de Francia están entre las empresas agregadoras europeas más conocidas. Se trata de un modelo empresarial dinámico y no resulta claro si las empresas agregadoras serán la línea de comunicación de las películas con los servicios VOD de Internet de otras regiones.

Como hemos señalado anteriormente, uno de los sectores más prometedores para los nuevos medios de comunicación reside en la posibilidad de llegar a las comunidades en el exterior con contenido local. Mientras que antes, una tienda local nigeriana o indonesia en Londres podía ofrecer DVD del mercado negro (producidos legítimamente pero sin licencia para la zona de distribución) o copias exactas piratas de películas para alquiler o venta a los clientes que deseaban sentirse como en casa, los realizadores de películas pueden llegar ahora a esos sectores de la población directamente por Internet. Ya existe una serie de canales de venta que hacen esto, pero deben ser considerados como empresas de distribución porque ofrecen títulos de diversos productores. También hay aspectos de autodistribución en juego aquí.

Sin embargo, los productores pueden enviar sus películas a los numerosos sitios Web gratuitos que ofrecen servicios como YouTube. En estos sitios Web se puede ganar poco o ningún dinero, pero hay que tener en cuenta el reconocimiento que puede dar lugar a ingresos de otras fuentes o a darse a conocer como un cineasta cuyo trabajo

y trayectoria profesional merece atención. Una de las mayores dificultades es lograr que la gente vea la película y eso requiere aptitudes de comercialización. Muchos cineastas descubren muy pronto por qué existe el sistema de distribución tradicional: conseguir que la gente vea una película y, lo que es más importante, que pague por ello, no es una tarea fácil.

En última instancia, corresponde a los productores animar a las personas a ver una película específica y es necesario que vigilen los sitios Web muy de cerca para asegurarse de que están recibiendo lo que les corresponde. Se pueden aplicar muchos de los mismos conceptos, a saber: que los titulares de los derechos deben tratar de concluir contratos no exclusivos a fin de que sus películas puedan presentarse en múltiples servicios, que deben asegurarse de que existe geofiltrado para que la señal no esté disponible a nivel mundial (infringiendo en principio los acuerdos territoriales) y que se aseguren de que la señal esté codificada de algún modo para frenar a los piratas. Si los productores son verdaderamente ambiciosos y piensan que pueden reunir una oferta apropiada de películas, quizás deseen crear una página Web de películas ellos mismos.

#### 1.2.4 Autodistribución

Si no hay otra opción, los productores pueden distribuir una película ellos mismos o, al menos, presentar la película en festivales y mercados internacionales. El productor puede ser ya un distribuidor territorial a nivel local y tener alguna experiencia de ese proceso. Los buenos festivales apoyan a los productores y desean que se vayan del mismo con un acuerdo de distribución. Si no tienen un agente de ventas u otro representante, pueden tener que ocuparse de las presentaciones y las proyecciones iniciales ellos mismos. Existen muchos recursos para ayudar en ese proceso, así como sitios Web para todos los festivales de importancia. Si un productor decide poner en marcha una nueva empresa de ventas, podría ser una opción a examinar por medio de su asociación nacional, de la IFTA o de otra organización comercial de distribución.

Muchos países ofrecen ayuda financiera para alentar a los productores a asistir a festivales y mercados. Tengan o no distribución, los productores deben averiguar si existe financiación local y tratar de asistir a tantos festivales y mercados como sea posible. Los productores aprenderán más asistiendo a uno de esos eventos de lo que aprenderían leyendo libros o asistiendo a seminarios. Actualmente, hay

muchas formas en las que los productores pueden participar en la comercialización de sus películas, y la mayoría de los agentes de ventas y distribuidores territoriales se congratulan del apoyo entusiasta que los realizadores cinematográficos aportan al proceso.

Resulta cada vez más viable que los productores consigan nichos en los mercados en los que puedan explotar directamente determinados derechos, es decir, actuar como distribuidores para algunas fuentes de ingresos. Si un productor ha generado una importante base de seguidores y desea retener el derecho a ofrecer mercadería y una edición especial de DVD a precios más elevados, entonces necesitará asegurar esos derechos en los acuerdos. Si el productor desea publicar una novela gráfica basada en la película o desea efectuar proyecciones públicas y cobrar una tarifa, entonces deberá tomar las medidas necesarias para no tener que dar marcha atrás más tarde y comprar esos derechos a su distribuidor.

**Autodistribución** – En el Festival de Cine de Sundance 2011, el director/productor Kevin Smith anunció que él mismo distribuiría su película, *Red State*. El Sr. Smith ha iniciado desde entonces una gira nacional en la que se proyecta la película seguida de una sesión de preguntas y respuestas con sus seguidores. Dado que tenía muchos seguidores, se espera que sea un lanzamiento de éxito de la película, que estará seguido por la distribución más tradicional en DVD y en televisión. Internacionalmente, se espera que pueda conseguir los servicios de un agente de ventas. Algunas personas de la industria de la distribución quedaron sorprendidas por el hecho de que un director decida estrenar una película por sí mismo (los informes hablan de un presupuesto de unos 4 millones de dólares EE.UU. proporcionados por inversión privada) pero reconocen que Smith se ajusta de manera excepcional a este método gracias a su amplia base de seguidores y su extrovertida personalidad. Por otra parte, se dan cuenta de que todavía hay un papel para ellos en la distribución de todos los otros derechos después de que el director haya finalizado su gira nacional y pase a su siguiente proyecto de dirección.

### 1.3 Financiación de la distribución

#### 1.3.1 Cuestiones financieras básicas

Es mejor dejar en manos de un agente de ventas o de un productor experimentado la tarea de las complejas ventas anticipadas, subvenciones y acuerdos de financiación necesarios para el desarrollo, producción y explotación de la propiedad de una película. Los agentes de ventas y otros distribuidores a menudo funcionan como productores ejecutivos. La comprensión de todo el proceso de producción y de distribución requiere que entendamos la relación entre la distribución y la financiación. Aunque hemos de analizar esos vínculos, ante todo debemos examinar las cuestiones financieras generales. Cabe señalar tres tendencias financieras importantes:

- El modelo de financiación mediante subvenciones, en el que la financiación pública directa es la principal fuente de financiación (en forma de subvenciones o crédito fiscal) que suele caracterizar la coproducción multiterritorial en la que se utilizan fuentes de financiación pública múltiples.
- El modelo de venta anticipada, en el que la venta de los derechos de distribución a los distribuidores territoriales (generalmente por un agente de ventas aunque con frecuencia por el productor) constituye la garantía del préstamo de un banco para la producción.
- El modelo de inversión en capital social, en el que los inversores suministran los fondos (a menudo como parte de un programa de ventajas fiscales, tales como SOFICA en Francia o los fondos alemanes para cine que financiaron muchas películas durante los años 1990, incluida la *Trilogía del Señor de los Anillos*, Peter Jackson, 2001-2003).

Los dos primeros modelos se explican a continuación y el tercero probablemente se explica por sí mismo. Por lo general, el presupuesto de una película se recauda mediante la combinación de esos modelos, favoreciendo generalmente uno de ellos en función de factores como el presupuesto y la nacionalidad.

**El modelo de financiación mediante subvenciones:** El punto de partida de la financiación de muchas películas en Europa es la financiación que pueda obtenerse gracias a los programas gubernamentales, sea mediante subvenciones directas (subvenciones o inversiones) sea mediante descuentos, créditos y compensaciones fiscales. Es el caso cada vez más frecuente en los Estados Unidos de América donde



muchos estados ofrecen programas de subvenciones. Estos programas se basan en diversos sistemas a la hora de determinar la financiación disponible de una jurisdicción particular para una determinada producción. Esto puede depender del contenido cultural de la película (¿está escrita la película por un escritor europeo?; ¿es europeo el director?; ¿hay otros elementos creativos procedentes de la Unión Europea?), la ubicación (¿será rodada la película en Nueva Orleans para tener derecho al programa de crédito fiscal de Louisiana?), o el importe de dinero gastado en esa jurisdicción. La mayoría de los países fuera de los Estados Unidos de América proporcionan algún nivel de financiación para películas y, en este país, hay subvenciones estatales basadas únicamente en la cantidad de dinero gastado en un lugar específico.

En muchos casos, los países agrupan sus recursos de producción basándose en las condiciones de los tratados de coproducción. Los Estados Unidos de América es uno de los pocos países que no concluye tratados de coproducción con ningún otro país. El Convenio Europeo sobre Producción Cinematográfica, de 2 de octubre de 1992, esboza las principales características de la cooperación multinacional entre los países de la UE, pero cada país tiene leyes y reglamentaciones específicas que rigen la financiación y coproducción de las películas. Estas ventajas financieras pueden aplicarse incluso a coproducciones con países fuera de Europa. Por ejemplo, desde que se firmó el Tratado de Coproducción entre Francia e Israel el 11 de octubre de 2002, muchas películas han sido coproducidas con el apoyo financiero del CNC francés (Centro Nacional de Cine y de Imagen Animada) y el Fondo de financiación cinematográfica de Israel. Cada productor debe invertir, como mínimo, el 20% del presupuesto. En virtud del artículo 10 del Tratado de Coproducción, los beneficios de la coproducción pueden extenderse a productores de terceros países. Para *Los limoneros* de Eran Riklis (2007), hubo cuatro socios de producción: Israel (28%), Francia (30%), Alemania (31%) e Italia (11%) que juntos proporcionaron el 100% del presupuesto de la película.

**El modelo de venta anticipada:** Si una película aún no se ha producido, un agente de ventas (y a veces el productor o incluso el distribuidor territorial local) puede tratar de asegurarse la venta anticipada de los derechos de distribución territorial que se puede utilizar después como garantía para obtener un préstamo de un banco para la producción. En virtud de un acuerdo territorial de venta anticipada, un distribuidor de un territorio particular aceptará abonar un anticipo a cuenta de una regalía negociada (o una tarifa plana) tras la finalización y la entrega de la película. Una combinación de esas ventas, más la inversión privada, las subvenciones y la financiación del déficit

por un banco completarán el paquete de financiación. El déficit de financiación es la parte del préstamo de producción no cubierta por los acuerdos de distribución ni las subvenciones pero, en cambio, está garantizada por el valor de los derechos de distribución no vendidos.

La venta anticipada de los derechos de una película es una tarea difícil a menos que la película esté realizada por un director de "renombre", que tenga un elenco reconocido internacionalmente o que tenga garantizada la distribución cinematográfica en su mercado de origen. Claro está, la venta anticipada es más difícil para las películas de territorios pequeños y las excepciones suelen ser películas con estrellas conocidas que han tenido éxito internacionalmente como Jackie Chan, Tony Jaa, Shakira o Maggie Cheung. Este ha sido el caso también con la mayoría de las películas independientes producidas en los Estados Unidos de América o en Europa y tiene importantes repercusiones en los niveles de presupuesto y en el volumen de películas que se producen. En general, una película con un presupuesto por debajo de 1,5 millones de dólares EE.UU. o de 1 millón de dólares EE.UU. no puede venderse anticipadamente, ya que el costo de utilizar este método de financiación de la película es prohibitivo. Ciertamente, la falta de ventas anticipadas no es una indicación de la calidad de una película. *La leyenda del tío Boonmee* de Aiptchamong Weerasethaul, una coproducción entre Tailandia, Francia, Alemania, Reino Unido, España y Países Bajos no fue vendida antes de que le concediesen la Palma de Oro en Cannes en 2010, y posteriormente consiguió ventas internacionales importantes.

**El modelo de inversiones en capital social:** Aunque este modelo se explica claramente por sí mismo, hay un aspecto que es necesario examinar dado que, a menudo, es una fuente significativa de fondos de inversión en capital social: la financiación obligatoria de la producción, o sea que algunos usuarios finales, tales como los canales de televisión y las plataformas S-VOD, tienen que invertir atendiendo a las reglamentaciones locales. En Francia y en algunos otros países de la UE, las cadenas de televisión deben contribuir con una parte de su volumen de negocios neto a la producción de películas europeas. Desde noviembre de 2010, las plataformas S-VOD han tenido el mismo tipo de obligación de inversión en Francia.

Como veremos a continuación, los modelos de subvenciones, inversión en capital social y venta anticipada suelen estar combinados. En Europa, las películas dependen en gran medida de la venta anticipada a los principales organismos de radiodifusión televisiva locales o a los distribuidores locales en otros medios de comunicación.

Esto puede a veces adoptar la forma de una inversión en capital social que incluye la licencia de los derechos de distribución local. En algunos casos, el organismo de radiodifusión local puede ser también un socio legal de producción. Por ejemplo, una reciente comedia en idioma francés fue una coproducción Francia/Bélgica con un presupuesto de unos 3,5 millones de euros. La parte de subvención (del CNC de Francia y los créditos fiscales) fue de unos 600.000 euros y las ventas anticipadas, incluida la venta de los derechos de distribución a los socios de producción franceses y belgas (lo que podría considerarse como una inversión en capital social) y otras ventas anticipadas celebradas por el agente de ventas aportaron el saldo de 2,9 millones de euros.

El siguiente estudio de caso, un caso hipotético basado en una película real, permitirá describir las etapas del proceso de venta anticipada y la negociación.

### 1.3.2 Estudio de caso sobre distribución/financiación: *Sunny Days in Africa*

#### a) Un modelo de venta anticipada

*Sunny Days in Africa* es una película del Reino Unido que será rodada en África, pero las mismas cuestiones se plantearían si se tratase de una producción independiente procedente de cualquier parte del mundo. Probablemente sea algo positivo el hecho de que la película se rodará en inglés, aunque actualmente es un factor de menor importancia que en el pasado.

La financiación para la película podría recaudarse mediante una combinación de ventas anticipadas, subvenciones (algunas veces denominadas como “moneda blanda”), capital social y deuda. La película necesitaría cada uno de esos componentes si no hubiese alguien dispuesto a invertir 10 millones de dólares EE.UU. (unos 7,5 millones de euros) por el éxito potencial de la película. Las ventas anticipadas ayudan a repartir los riesgos entre los distribuidores territoriales que apuestan por el éxito de la película (o, más específicamente, por su rentabilidad) y por que el precio elevado que pagan por entrar en una fase temprana del proceso valdrá la pena. Los componentes de moneda blanda disminuyen el riesgo, garantizando un valor de producción más elevado a un coste inferior.

*Sunny Days in Africa* es una película afortunada. Habida cuenta de que el proyecto se basa en una novela del Reino Unido y será dirigida por un productor de ese

país, siguiendo un guión también del Reino Unido, la película tendrá derecho al 25% aproximadamente de subvenciones del Reino Unido. El equipo de producción rodará la mayor parte de la película en Kenya, donde los costos son bastante bajos. Esos ahorros les permitirán realizar la película con un presupuesto inferior. Todavía necesitan unos 7,5 millones de dólares EE.UU. para financiar la película. Se han asegurado 2,5 millones de dólares EE.UU. de inversores que, en ocasiones anteriores, han sido bien recompensados por invertir en otras películas de ese productor. La necesidad de ventas anticipadas y de un préstamo bancario se ha reducido pero no se ha eliminado. Los productores necesitan contratar a un agente de ventas para conseguir acuerdos de distribución territoriales que formarán la base para el préstamo bancario. También es posible que puedan necesitar entradas de dinero de las subvenciones del Reino Unido asimismo mediante un préstamo bancario.

La selección del agente de ventas se basará en su reputación, su experiencia, sus relaciones y, en última instancia, siendo los demás factores similares, en el acuerdo ofrecido. Entre las variables debe incluirse la cuestión de si el agente ofrecerá o no un anticipo (poco habitual), la comisión (el 10% sería probablemente lo normal para una película de ese presupuesto), los costos (el agente puede exigir un reembolso importante de los ingresos brutos para los gastos, posiblemente una cantidad tan elevada como 250.000 dólares EE.UU., pero más probablemente en torno a 150.000 dólares EE.UU.), y, finalmente, el nivel de confianza en la película según lo demostrado por las previsiones de ventas. Esas previsiones también formarán la base del préstamo de los créditos anticipados según lo mencionado anteriormente.

Los agentes de ventas harán sus ofertas basándose en el valor que ellos creen que pueden obtener por la película. Pueden hacer sugerencias que los realizadores cinematográficos pueden o no tener en cuenta dependiendo de la medida en que alteren el núcleo creativo del proyecto (y del grado de preocupación que tengan los realizadores de la película por la creatividad del proyecto). En muchos casos, el agente de ventas y otros distribuidores son muy conscientes de que lo que están vendiendo es la reputación, el estilo y la creatividad del director, y sus sugerencias no son un intento de comercializar la película sino más bien de ayudar a todo el equipo a hacer la mejor película posible que llegue al mayor público posible. Pueden dar sus opiniones sobre el reparto (algunos grandes actores pueden ser realmente perjudiciales cuando se trata de que una película encuentre un público), el contenido (el sexo o la violencia excesivos pueden socavar las posibilidades de que una película sea distribuida en muchos lugares), la duración (idealmente entre 90 y 120 minutos), así como los

factores técnicos (rodar en forma digital o en forma de película, si cuenta con una banda sonora o se basa en canciones pop).

Asimismo, en esta temprana etapa, el agente de ventas comenzará a buscar un socio local que se encargue de distribuir la película en el país de origen. A menudo, esto forma parte del paquete antes de que se contrate el agente de ventas. En cualquier caso, ese acuerdo es fundamental para muchos de los aspectos de la comercialización de la película, en particular para comenzar a elaborar el plan de distribución. Posiblemente solo, pero preferiblemente en cooperación con el distribuidor local, el agente de ventas comenzará a pensar en la forma en la que la película se presentará al público y a los distribuidores territoriales. Decidirá acerca de los principales argumentos de venta (el director, el elenco, el guión y el género), así como dónde podría presentarse la película (festival de Cannes, de Sundance, de Toronto u otro festival). El agente de ventas exigirá acceso al plató de rodaje y pedirá que se designe un agente de publicidad para el proyecto (a cargo del productor). En el plató, la fotografía, así como las entrevistas con los actores y el equipo de rodaje, serán otro requisito que contribuirá a que el agente de ventas pueda hacer su trabajo de manera eficaz.

Después de analizar el proyecto cabalmente, el agente de ventas elaborará una lista de garantías mínimas que espera recibir de los territorios. Se trata de los importes que espera que los distribuidores territoriales adelanten a cuenta de las posibles regalías. Los contratos en los que se figuren esos importes formarán la base de la parte cubierta con garantía de un préstamo de producción. Se suele hacer referencia a todo esto como los precios del mercado (*'take' prices*) o "mínimos". Por supuesto, también elaborará una lista de precios de venta (*'ask' prices*), que será su punto de partida para las negociaciones.

En algún momento antes de la producción, el agente de ventas comenzará a ofrecer la película a posibles distribuidores en los territorios que se haya comprometido a cubrir, generalmente a nivel mundial, o a nivel mundial fuera de los Estados Unidos de América y el territorio de origen. En este caso, ese territorio podría ser el Reino Unido o ambos el Reino Unido y el África de habla inglesa. El agente de ventas enviará el guión, se reunirá con los posibles distribuidores territoriales en mercados del cine, y presentará el proyecto durante los viajes de venta internacionales. Si tiene suerte, comenzará a concertar acuerdos. Con un gran proyecto como *Sunny Days*, concluirá acuerdos de licencia de distribución con un número importante de territorios antes

de la producción por precios entre los niveles de oferta/compra y de venta (*'take' and 'ask' levels*). El agente de ventas habrá de convenir acuerdos firmados con esos distribuidores y una promesa por parte de los distribuidores de que se encargarán de toda la documentación necesaria para permitir que esos contratos se utilicen como garantía del préstamo de producción.

El agente de ventas ha cerrado acuerdos en muchas partes del mundo y tiene contratos por un valor de 3 millones de dólares EE.UU. El distribuidor del Reino Unido (que consideraremos como el distribuidor de origen dado que el productor está radicado en Londres) ha decidido abonar 1 millón de dólares EE.UU. por los derechos del Reino Unido. Faltaría aún 1 millón de dólares EE.UU. para completar el presupuesto. El productor tiene la posibilidad de recortar el presupuesto, aplazar las comisiones y salarios, buscar inversores adicionales o solicitar un préstamo para cubrir el déficit de financiación a cuenta del valor de los derechos internacionales no vendidos. Todas estas posibilidades tienen ventajas y desventajas. A nadie le gusta recortar un presupuesto o aplazar las comisiones, es difícil encontrar otros inversores o introducirlos en el proceso en esa etapa tan tardía (y serían muy exigentes) mientras que los préstamos de déficit pueden ser costosos y sus requisitos difíciles de cumplir. *Sunny Days* todavía tiene bastantes territorios abiertos (casi la mitad del mundo). El agente de ventas es muy respetado y ha actuado muy bien por lo que respecta a la película, demostrando que tiene valor comercial, por lo que los productores pueden conseguir un préstamo de déficit del prestamista garante (el banco que presta con la garantía del valor de los acuerdos de distribución).

Los productores de *Sunny Days*, con la cooperación de su agente de ventas, cerrarán después su préstamo bancario (con las subvenciones mencionadas, los acuerdos de distribución y el valor de los derechos no vendidos como garantía), y, con la inversión de capital social, podrán producir la película. A medida que se realice la película, será necesario proporcionar la información acerca del estado de avance de la producción a los posibles distribuidores territoriales. Si todo va bien, es probable que se vendan más territorios antes de que finalice la película. Una vez terminada la película, se entrega a los licenciarios, que abonan sus importes de garantía mínimos en una cuenta de cobro de donde se paga al banco, así como a otras partes designadas. Si todo va como previsto, se reembolsa al banco la totalidad del préstamo, se abonan al agente de ventas su comisión y el total de gastos, se reembolsa el dinero a los inversionistas y se pagan las comisiones y los salarios diferidos a los productores y al equipo artístico. Esto es todo, antes de que la película se proyecte en un territorio. Por

supuesto, este es el mejor de los casos, pero una vez más, *Sunny Days* es un gran proyecto.

Al llegar a este punto, los distribuidores trabajarán juntos (generalmente bajo la dirección del agente de ventas o el distribuidor del territorio de origen) a fin de elaborar la mejor estrategia para ofrecer la película al público. Esto incluye presentar la película en el festival correcto, seleccionar una fecha de estreno en el país de origen y posiblemente posicionar la película para que se la nomine para un Óscar. Un buen distribuidor solicitará la participación del productor y el equipo artístico en esas decisiones y buscará sus aportaciones y apoyo a lo largo de todo el proceso.

#### b) El modelo sin venta anticipada internacional

En algunos casos, las películas que no son realizadas en grandes territorios no pueden contar con ventas anticipadas internacionales ni con préstamos bancarios para la producción. Esas producciones dependen de subvenciones, patrocinio, acuerdos de distribución locales e inversores de capital social. En esos casos, la película no se ofrecerá para distribución fuera del territorio de origen antes de que se termine y, frecuentemente, la película se estrenará localmente con anterioridad a cualquier presentación internacional.

Examinemos otra hipótesis – *Sunny Days* está totalmente financiada con inversión privada y los productores tienen que optar entre ocuparse de la distribución ellos mismos o contratar el representante de un productor o a un agente. Los productores con experiencia suelen encargarse de todo esto ellos mismos y trabajan con empresas que han distribuido sus películas en el pasado.

Imaginemos dos marcos hipotéticos: en el primero, la película es muy esperada y probablemente desencadenará una guerra de pujas entre los distribuidores, y, en el segundo, la película es excelente pero podría necesitar ser “descubierta”.

Por supuesto, *Sunny Days* es una película que suscita grandes expectativas. Es probable que haya sido considerada como tal al comienzo del proceso, probablemente en la etapa del guión. Un productor con experiencia podría tener contactos de alto nivel dentro de la comunidad de distribución o tener la ayuda de un agente de una de las principales agencias de equipos artísticos que tienen oficinas en todo el mundo (en particular CAA, ICM y WME). Ese agente tendrá acceso a las personas que toman

decisiones y a personas importantes de distribución y podrá elaborar el acuerdo de distribución más ventajoso para los productores de la película. A estos agentes se les denomina algunas veces "representantes" de los productores pero también se puede decir agentes que no trabajan para una agencia. En el caso de *Sunny Days in Africa*, el productor ha ganado un Óscar y es muy respetado, por lo que los agentes pueden llamar personalmente a muchas de las personas principales pero han optado por contratar a WME para representar los derechos, ya que esto permite un gama de opciones más amplia y los libera de esa tarea permitiéndoles hacer el trabajo de producir la película.

El agente se pondrá en contacto con los distribuidores y evaluarán el proyecto, proyectarán cualquier secuencia que esté disponible (incluido el largometraje finalizado si está pronto para su presentación en un festival o si está disponible con anterioridad al primer estreno en festival, y el agente piensa que ésta es la mejor estrategia). Una vez que se haya formalizado el acuerdo de distribución (con un distribuidor a nivel mundial, un distribuidor local en el territorio de origen o el agente de ventas), el trabajo del productor es respaldar los esfuerzos de la empresa de distribución, asegurándose de que el equipo artístico está disponible para promocionar la película en festivales, encargándose de la finalización y entrega final del título, y llevando a cabo otras tareas que pueden estar especificadas en los acuerdos. Por supuesto, el productor necesita también seguir muy de cerca la distribución, tratando de influir al respecto de forma en que no sólo dé lugar a los mejores resultados financieros para la película, sino que pueda aprovechar el éxito actual para lanzar el próximo proyecto.

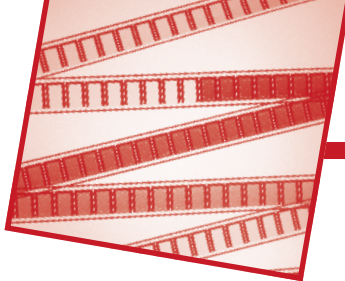
Es necesario que los financieros de una película tan esperada se preocupen por los resultados netos de la distribución y por recuperar su inversión. Esto significa controlar las comisiones y los costos muy de cerca. El agente puede llevarse un 5% por hacer el trato. La empresa de distribución se hará cargo de los costos, así como de los intereses sobre costos y los anticipos más una comisión que puede ser del 10% al 35%. Los abogados cobran sus honorarios por negociar los acuerdos y redactar los contratos. Siempre se introducen nuevas comisiones que, a lo largo de los años, pueden convertirse en "habituales". Muchos productores han visto los ingresos potenciales "engullidos", no ya por las comisiones sino únicamente por los intereses, dado que puede llevar un año o más hacer llegar una película a los cines después de que se haya finalizado, y muchos de esos gastos puede que no puedan ser recuperados hasta la emisión en DVD o en televisión. Los financieros deben velar por que se supervisen todos esos aspectos de los acuerdos de distribución.



*Sunny Days* obtiene un acuerdo de distribución con un importante distribuidor del Reino Unido que también actuará como agente de ventas internacional. El acuerdo incluye un anticipo que cubre una cantidad importante del costo de producción y una garantía de proyección que requiere que el distribuidor estrene la película en el Reino Unido en 100 pantallas, como mínimo, con un presupuesto de copias y publicidad de 1,6 millones de dólares EE.UU. Al llegar a este punto, la compañía de distribución tendrá que decidir cómo hacer llegar de la mejor manera posible la película al público. Puede decidir la presentación de *Sunny Days* en el Festival de Cine de Cannes en lugar de hacerlo en el Festival de Sundance. Quizás eluda todos los festivales y comience a trabajar con miras a un estreno importante en el cine. Los productores pueden hacer muy poco para influir al respecto cuando un distribuidor bien implantado haya abonado un anticipo significativo.

Algunas veces, se da el caso de una gran película que aún no ha tenido éxito. Un productor/financiero puede dirigirse a los agentes de ventas y a los festivales directamente con la esperanza de que compartan el entusiasmo del productor. Es común que los productores creen importante material de promoción para mostrar la película, incluidos un tráiler, un cartel y un página Web. Supongamos que *Sunny Days* no ha recibido una oferta aceptable de un agente de ventas y que los agentes (representantes) no están seguros de poder obtener un acuerdo de distribución de importancia en el territorio de origen. Los productores han presentado la película en los festivales de primera fila (siempre es bueno apuntar alto) y han sido aceptados por el Festival de Sundance y por el Festival de Cine de Cannes (que se celebra dentro de cuatro meses e implica 50.000 de dólares EE.UU. de interés más tarde durante el año). Sopesan las opciones: con frecuencia Sundance es mejor para las películas estadounidenses, Cannes es una aventura más costosa para los realizadores cinematográficos pero es probablemente un mejor lugar para una película que probablemente tendrá buenas críticas y que presenta un reparto interesante. Por otra parte, es mucho más fácil conseguir que la prensa acuda a una selección oficial en Cannes que a una selección en Sundance.

Muchos productores se meten en una situación difícil por sobreestimar el valor de sus películas. Éste puede ser un problema especialmente importante a la hora de entrar en contacto con el primer (y posiblemente el único) distribuidor que muestra interés. La oferta rara vez es lo que querían, no se les promete un estreno en el cine, no hay ningún anticipo o, por su parte, el productor cree que el distribuidor no está al nivel para garantizar que la película se distribuya debidamente. Suele ocurrir que



esa primera oferta empiece a parecer muy buena seis meses después, cuando la película todavía no ha encontrado el acuerdo de distribución ideal. Muchas películas seleccionadas para Sundance y para muchos otros festivales famosos *nunca* reciben distribución alguna. Estos son tiempos difíciles y la distribución es la distribución. Con un poco de suerte, los financieros comprenderán que el productor tiene que aceptar un acuerdo sin anticipo, terribles condiciones de regalías y ninguna garantía de estreno en el cine. Existe todavía la posibilidad de que la película tenga un éxito inesperado que no se producirá si la película se queda en el estante. Muchos distribuidores de menor importancia que no pueden permitirse pagar anticipos lo compensan con su pasión por la película.

Así pues, la película ha de estrenarse en Cannes. En cuanto la película es seleccionada (o incluso antes para las personas con información privilegiada que parecen poder adivinar qué películas tendrán un hueco), todos aquellos distribuidores que decían “no” llamarán a la puerta del productor para decirle que han cambiado de opinión. En este caso, también es aconsejable que el productor tenga un buen representante del productor o agente para representar el proyecto con el objetivo de poder conseguir un agente de ventas internacional y quizás incluso un distribuidor del territorio de origen antes, durante o después del festival.

Si *Sunny Days* todavía no tiene un agente de ventas o un representante que gestione los derechos de la película, entonces el productor tendrá que tratar de ofrecerlos por sí mismo, actuando como agente de ventas y representante. La máquina publicitaria de Cannes es compleja y difícil de descifrar pero este productor sabe bastante cómo para hacerlo por sí mismo. Quizás, lo más importante es que entra en el proceso con un objetivo: garantizar la distribución. Obtiene todo el asesoramiento posible de las organizaciones comerciales, del *British Film Institute* y de *Film London*, de agentes de ventas y de cualquier persona que pueda ofrecerle buenos consejos sobre cómo abordar la situación.

*Sunny Days* llega al festival y la gente está interesada en la película. El productor se las arregla para obtener una gran oferta de distribución de todos los derechos a nivel mundial. Obtendrá el pago de un anticipo y la empresa de distribución quiere que firme un contrato. El distribuidor debe exigir, como parte de dicho contrato, que el productor demuestre que ha negociado las licencias de todos los derechos necesarios para explotar la película y que cuenta o puede contar con el seguro adecuado de Errores y Omisiones para la película.

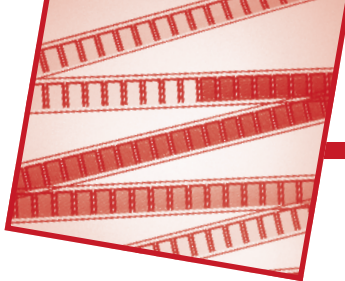
Es entonces cuando el productor introduce a los abogados en el proceso y ambos negocian el acuerdo con el distribuidor y sus abogados. Es necesario que el productor comprenda por qué el distribuidor está interesado en la película, y, por su parte, el distribuidor debe dejar claro por qué piensa que puede hacer que la película sea un éxito. ¿Se entienden mutuamente? ¿Cuánto dinero creen que se obtendrá por la película? ¿Cuántos cines la proyectarán? ¿Será en Reino Unido, Estados Unidos de América, Francia? ¿Qué posibilidades en Japón? ¿Puede mantener el productor los derechos para África?

El abogado del productor o quizás otros representantes se preocuparán por que se pague al equipo de producción, por que el contrato esté preparado y firmado debidamente, y por que la distribución se lleve a cabo de conformidad con el acuerdo. El trabajo del productor a este nivel es supervisar todas esas tareas y utilizar la situación para conseguir que se haga su próxima película.

#### **1.4 La distribución ilícita de películas**

La infracción del derecho de autor en la industria cinematográfica va desde casos que atañen al productor cuando no adquiere los derechos para la utilización de una obra específica protegida por derecho de autor hasta la distribución ilícita de copias de películas por terceros. La distribución ilícita de obras protegidas por derecho de autor, tales como películas, es un problema mundial que no tiene de momento una solución duradera, en particular, debido a que la tecnología de los nuevos medios de comunicación facilita la duplicación de obras protegidas por derecho de autor en DVD y alienta la carga y descarga ilícitas de películas en Internet. Tanto los grupos industriales como los gobiernos de todo el mundo están tratando de encontrar las respuestas más apropiadas a estos problemas y, mientras que algunos han tenido un éxito limitado, otros están abrumados por el fenómeno.

Algunos gobiernos han promulgado normativas para hacer frente a esos desafíos. Por ejemplo, en Francia, la Directiva 2001/29/CE sobre la armonización de determinados aspectos del derecho de autor y derechos conexos en la sociedad de la información fue la base de una nueva reglamentación francesa para luchar contra la piratería, poner en entredicho el establecimiento de redes entre iguales ("*peer-to-peer*") y evitar la copia privada ilícita de DVD.



La ley sobre Creación e Internet n° 2009-669 de 12 de junio de 2009 y n° 2009-1311 de 28 de octubre de 2009 (más conocida como la ley HADOPI) tiene objetivos claros no sólo para fomentar la difusión lícita de contenido en línea sino también para proteger las películas en Internet de usos ilícitos de terceros. Se ha creado un nuevo Organismo gubernamental, la Alta Autoridad para la Difusión de Obras y la Protección de los Derechos en Internet o la HADOPI para hacer respetar la ley, impedir el intercambio de material protegido por derecho de autor sin acuerdo previo de los titulares de derecho de autor y perseguir a los infractores con un procedimiento graduado de “tres avisos”. Este procedimiento comienza con un mensaje de correo electrónico ante la primera infracción, una carta de notificación certificada (una notificación de desconexión) ante la segunda infracción y una notificación oficial final al ISP para suspender durante un período de hasta un año el acceso a Internet del usuario infractor ante la tercera infracción. El procedimiento de “tres avisos” no evita el enjuiciamiento independiente por infracción del derecho de autor.

Los distribuidores e incluso los productores pueden ayudar a limitar la piratería mediante el control de la distribución ilícita y dando a conocer esas infracciones a las autoridades. Por ejemplo, en determinadas comunidades culturales de los Estados Unidos y en ciudades de importancia en todo el mundo, las tiendas venden sin autorización versiones de películas duplicadas que son populares entre las poblaciones de las diásporas. Las autoridades estadounidenses se toman en serio la piratería pero no pueden actuar contra esas infracciones sin notificaciones de infracción por el titular legítimo y reconocido del derecho de autor. Por lo general, se tratar de una persona de Nigeria, Corea, Francia o Italia, que no sabe que tiene derecho a presentar una demanda por infracción del derecho de autor contra la tienda infractora, el multicopista digital o la página Web. Del mismo modo que la policía no puede perseguir a los responsables de un robo sin una denuncia de la víctima, en este caso, no puede actuar contra los piratas sin demandas de los titulares de derechos. Los productores pueden pedir únicamente a la parte infractora que deje de robar su propiedad. Muchas personas involucradas en la piratería pueden incluso no ser conscientes de que lo que están haciendo es robar.

Gran parte de la distribución ilícita se produce en Internet. Existen sistemas para controlar las descargas de películas en Internet, en particular, por ejemplo, las tecnologías de medios de comunicación entre iguales (“*peer-to-peer*”). Teniendo conocimiento de las infracciones y la información de contacto de los infractores, los titulares de derechos cuentan con una variedad de medidas que pueden tomar que

van desde redactar cartas sencillas instándolos a que cesen y desistan de actuar de ese modo hasta pleitos contra las partes infractoras o incluso el ISP, dependiendo de la jurisdicción.

**Violación sin saberlo de un contrato de distribución – El problema de las múltiples versiones**

– Un prominente distribuidor territorial creía que tenía los derechos concedidos en licencia de todas las versiones de la película con gran éxito de taquilla *El Señor de los Anillos*. No fue fácil al enterarse de que solamente tenía algunos derechos de determinadas versiones. Había emitido en televisión uno de los cortes del director de la película y provocó la cólera del productor y del agente de ventas, y después se vio obligado a abonar una multa importante. La mayoría de las películas no están disponibles en tantas versiones como *El Señor de los Anillos*, pero todavía sigue siendo fundamental saber exactamente de qué se tiene licencia y dónde, y nunca se debe asumir que se tienen derechos que no se han otorgado con claridad.

## CAPÍTULO 2

### DOCUMENTACIÓN SOBRE DERECHO DE AUTOR: CADENA DE TITULARIDAD DE LA PELÍCULA

En general, hay dos enfoques jurídicos para comprender el derecho de autor: uno desde la perspectiva del *Common Law* y el otro desde la perspectiva del Derecho civil. La distinción entre los dos enfoques puede tener consecuencias prácticas para la cesión y la explotación del material protegido por derecho de autor, incluidas las películas. El sistema de *Droit d'Auteur* es predominante en países de tradición jurídica romanista. Este concepto también es fundamental en el Convenio de Berna<sup>2</sup> y por consiguiente, se espera que todos los signatarios del Convenio observen los conceptos básicos referentes a que los autores tienen los derechos de autoría e integridad. Mientras que los sistemas del *Common Law* tienden a estar más preocupados por los aspectos económicos de la propiedad y la explotación, los sistemas de tradición jurídica romanista hacen hincapié en los principios de la justicia natural y los derechos individuales, en particular el derecho al control permanente de la obra creativa.

#### 2.1 Visión general del derecho de autor – Establecimiento de la titularidad

Los siguientes principios claves forman las bases de la normativa sobre derecho de autor en todo el mundo:

- *Derecho exclusivo*: los autores o los titulares de derechos gozan del derecho exclusivo de decidir si autorizan o prohíben determinados usos de una obra protegida por derecho de autor por un tercero,
- *Ninguna formalidad para su establecimiento*: la titularidad del derecho de autor existe desde el momento de la creación y no requiere ningún registro formal,
- *Libertad contractual*: los autores o los titulares de derechos pueden definir los términos y condiciones bajo los cuales concederán derechos de explotación sobre su obra,
- *Remuneración*: la razón de ser de la normativa de derecho de autor es estimular la creación artística proporcionando una remuneración equitativa y reconociendo los esfuerzos de los creadores para producir obras literarias, dramáticas, musicales y artísticas, incluidas las películas,

**2** En el momento de escribir este documento, hay 164 países signatarios del Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas.

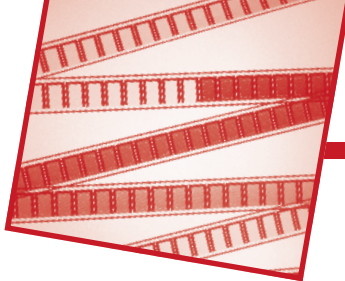
- *Territorialidad*: el autor o el titular de los derechos decide acerca del alcance geográfico de una licencia,
- *Observancia*: el autor o el titular de los derechos puede hacer valer sus derechos frente a cualquier uso no autorizado de la obra.

### 2.1.1 Derechos morales y patrimoniales

Es importante distinguir dos aspectos del derecho de autor: los derechos morales y los derechos patrimoniales. El concepto de derechos morales existe en casi todas las partes del mundo. En los Estados Unidos de América, el enfoque respecto de este concepto es más restrictivo, dado que todavía no forman parte de la legislación sobre derecho de autor, pero en cambio está incorporado en otros artículos del *United States Code*, como las leyes relacionadas con la difamación y la competencia desleal. En virtud del artículo 17 de la Ley estadounidense sobre derecho de autor (17 U.S.C. n° 106), los titulares de derecho de autor solamente tienen el derecho a controlar adaptaciones, o sea la creación de “obras derivadas”, en particular los remakes, las secuelas y las novelizaciones. Fuera de los Estados Unidos, el concepto de derechos morales varía, dependiendo principalmente de si esos derechos se consideran inalienables. En muchas jurisdicciones, incluida la mayor parte de Europa continental, los autores no pueden ceder ni renunciar a sus derechos morales. De conformidad con el Convenio de Berna, los derechos morales son independientes de los derechos patrimoniales de los autores quienes los conservan incluso después de la cesión de los derechos patrimoniales. Los principios de los derechos morales son:

- *El derecho de atribución o paternidad*: o sea que la obra siempre debe ser identificada como creación del autor,
- *El derecho a la integridad de su obra*: el autor tiene derecho a oponerse a toda distorsión, mutilación o a cualquier otra modificación de la obra así como a cualquier otra acción contra la obra que perjudique el honor y la reputación del autor.

En virtud del principio de derechos morales en relación con una película, una obra se considerará finalizada cuando la versión final haya sido establecida de común acuerdo entre el director (así como los coautores) por un lado, y el productor, por otro lado. Sin embargo, el derecho a una versión final puede quedar en manos de los autores con la importante excepción de los Estados Unidos de América.



En el Reino Unido los directores tienen derecho a ser identificados como autores de la película. En virtud de la Ley sobre Derecho de Autor, Dibujos y Patentes de 1988 (artículos 77 a 89), el guionista, el director, el director de fotografía, el letrista, el compositor y otros autores de una película también tienen ciertos derechos morales, pero pueden renunciar a esos derechos puesto que no son perpetuos ni inalienables.

A pesar de las interpretaciones específicas de los derechos morales en los Estados Unidos de América y en el Reino Unido, estos derechos se consideran universales y, en determinadas jurisdicciones, pueden ser reivindicados por cualquier persona. Por ejemplo, cuando un distribuidor quiso estrenar una versión coloreada del clásico de John Huston, *La jungla de asfalto* (1950), sus herederos, que habían perdido una demanda similar en los Estados Unidos, porque el concepto de derechos morales no existía allí, entablaron un juicio en Francia. El Tribunal Supremo francés decretó que la transformación de la obra era un claro incumplimiento de los derechos morales de Huston (Herederos de Huston contra La 5 – Tribunal Supremo francés, 28 de mayo de 1991).

### 2.1.2 Período de vigencia del derecho de autor

La duración de la protección del derecho de autor para una película difiere de un país a otro. Como regla general, el plazo de protección del derecho de autor es de no menos de 50 años después de la muerte del autor. En casos de autoría conjunta, el período de vigencia puede calcularse a partir de la muerte del último autor superviviente. Para un largometraje producido en la mayor parte del mundo, hay múltiples autores (generalmente el guionista, el director y cualquier persona que haya compuesto música específicamente para la película). El derecho de autor expira 50 años después de la muerte del último autor superviviente. En los Estados Unidos de América y en Europa, el período de vigencia del derecho de autor corresponde a la vida del autor más 70 años después de su muerte. En el caso de la autoría colectiva en los Estados Unidos, el período de vigencia se calcula a partir de la fecha de la primera publicación o emisión por un período de 95 años, o de 120 años a partir de la creación de la obra.

### 2.1.3 Dominio público

El concepto de dominio público se aplica a hechos y acontecimientos históricos establecidos, a algunas obras creadas por empleados públicos en el transcurso de su empleo y a obras cuyo período de vigencia de la protección del derecho de autor haya expirado. Todo esto está disponible para su utilización en nuevas obras creativas sin



el consentimiento de los autores originales. Una vez que expire el período de vigencia de la protección del derecho de autor, la obra pasa al dominio público y puede ser explotada por cualquier persona para cualquier fin sin necesidad de autorizaciones. El concepto de dominio público estimula la creación de nuevas obras y proporciona una excelente fuente de material para futuras generaciones. Por ejemplo, las películas de los directores franceses Georges Méliès, Louis Feuillade, Max Linder y Louis Delluc están en el dominio público y, por consiguiente, están disponibles para su distribución por cualquiera, siempre que se respeten sus derechos morales, que son inalienables y perpetuos. Lo mismo es cierto en los Estados Unidos de América respecto de *El nacimiento de una nación* (1915) de D.W. Griffith y de *La parada de los monstruos* de Tod Browning (1932). Además de la distribución, si un director o un guionista desea crear una obra derivada (remake o secuela) basándose en una de sus propias películas, tienen derecho a hacerlo.

Un reciente caso en el que estaba implicado el director japonés Akira Kurosawa es instructivo a ese respecto. Antes de 1971, en virtud de la legislación sobre derecho de autor japonesa, las películas pasaban al dominio público 38 años después de la muerte del director. En 1971, la ley fue modificada y el período de vigencia de la protección se amplió a 50 años a partir del primer estreno de la obra. En 2003, el período de vigencia se amplió a 70 años a partir del estreno. Kurosawa murió el 16 de septiembre de 1998. Su primera película, *Sugata Sanshiro*, fue estrenada en 1943. En 2007, *Toho Studio*, propietario del derecho de autor original, entabló un juicio contra *Cosmo Content*, una compañía de venta de DVD que estaba vendiendo las primeras obras de Kurosawa, incluida su primera película (que fue estrenada antes de 1953). El 14 de julio de 2007, el Tribunal de Distrito de Tokio dictaminó que las obras de Kurosawa pasarían al dominio público al término del plazo de 38 años después de su muerte, o sea el 31 de diciembre de 2036. De esta forma se confirmó una sentencia anterior de un caso de Paramount Pictures de 2006 en el que tribunal decidió que las películas producidas con anterioridad a 1953 pasarían al dominio público siempre y cuando hubiese transcurrido el período de tiempo original de 38 años a partir de la muerte del director. Un distribuidor japonés de vídeos a precios de ganga que publicaba películas clásicas producidas con anterioridad a 1953 fue autorizado a hacerlo porque la ampliación del derecho de autor de 2003 no podía aplicarse retroactivamente.

Si existe la menor duda sobre si una obra está protegida o no, primero debe obtenerse un informe sobre el derecho de autor y después examinar el informe con un abogado especializado en el tema.

#### 2.1.4 Autoría y titularidad del derecho de autor

Es importante distinguir entre el significado de “autoría” y el de “titularidad del derecho de autor”. Mientras que la “autoría” hace referencia a la situación jurídica de la persona que creó la obra, la “titularidad del derecho de autor” define la situación jurídica de la persona o entidad que ha adquirido el derecho exclusivo a explotar la obra. En la mayoría de los países, los acuerdos contractuales clarifican las circunstancias específicas de la “titularidad del derecho de autor”. Estas circunstancias incluyen obras creadas por un empleado, obras encomendadas u obras creadas colectivamente por varias personas.

Dependiendo de la jurisdicción, el propietario inicial de una película puede ser el productor o una entidad de finalidad específica (SPE), según se describe en el presente documento, controlada por el productor. Si se trata de un “trabajo por contrato”, en virtud de la legislación estadounidense, en la que se dispone que los autores estarán encargados de crear la película y el derecho de autor y los derechos conexos, el titular será generalmente una SPE. Normalmente, es el productor quien establece la SPE, que es una empresa que se encarga de negociar las licencias de cada uno de los derechos individuales que forman parte de la Cadena de Titularidad, que confirma la propiedad de los derechos de la película, con los autores originales, es decir, escritores, director, propietarios de la música y de otros elementos creativos. La SPE es la titular del derecho de autor de la película y tiene el mandato de garantizar la financiación de la película, contratar al equipo artístico, producir el proyecto y entregar la película al distribuidor. El distribuidor debe negociar la licencia sobre el derecho a distribuir la película con esa empresa o, en el caso de subdistribución, con los agentes de la empresa.

En la práctica, el titular del derecho de autor de una película debe confirmar los siguientes elementos:

- Que el esfuerzo creativo de todos los que han contribuido a la propiedad intelectual del proyecto ha sido reconocido debidamente, que todos han sido compensados por sus contribuciones y que los derechos que han concedido han sido registrados debidamente.
- Que los distribuidores y otras partes interesadas pueden verificar fácilmente (a través de la Cadena de Titularidad) que el productor puede transferirles, cederles u concederles en licencia legalmente el derecho a generar ingresos (distribuir).

### 2.1.5 Aspectos formales del establecimiento de la titularidad del derecho de autor

En los países signatarios del Convenio de Berna no existe ningún requisito formal, como el registro, que sea necesario para que los autores obtengan la protección del derecho de autor de sus obras. En cambio, los acuerdos escritos son esenciales para cualquier otra cesión de derechos. En el contexto de la industria cinematográfica, existen acuerdos entre los titulares de los derechos para la música o el guión que conceden derechos al productor y del productor al distribuidor. Según lo mencionado anteriormente, para el establecimiento de la titularidad del derecho de autor es fundamental contar con la debida documentación de la cesión de los derechos a lo largo de la cadena de valor de la película.

### 2.1.6 Organizaciones de gestión colectiva

Las Organizaciones de Gestión Colectiva (CMO, por su sigla en inglés) administran el cobro del dinero de los derechos secundarios. Esto incluye el dinero abonado en sociedades colectivas por gravámenes sobre medios o soportes vírgenes, por retransmisión, por el uso de música, por determinadas interpretaciones o ejecuciones públicas, entre otros. Las organizaciones nacionales (en su mayoría de Europa), tales como AGICOA, CRC, Procirep y EGEDA recaudan este dinero y lo desembolsan a los titulares de los derechos registrados, normalmente por medio de organizaciones especializadas en la supervisión del cobro y desembolso del dinero de derechos secundarios a nivel mundial, como la *IFTA Collections* en los Estados Unidos de América, *Compact Collections* en el Reino Unido y *Fintage House* en Hungría. Algunos agentes de ventas (sobre todo cuando también actúan como productores ejecutivos) insistirán en recaudar esos importes y deben notificarlos como ingresos brutos.

El registro es normalmente un requisito para recibir ese dinero y el derecho a que se pague ese dinero puede ser cedido, en muchos casos, a un tercero o a la SPE.

## 2.2 Documentos básicos de la cadena de titularidad (CDT)

Es necesario que los distribuidores sepan con certeza que los derechos de distribución que están concediendo en licencia están libres de cualquier posible demanda, pleito o reivindicaciones concurrentes. Los documentos básicos que los distribuidores potenciales (así como los financieros, los socios internacionales y otros)

desearán consultar están consolidados en el CDT. Los contratos de producción y distribución forman la base de esa documentación CDT.

### 2.2.1 Obras preexistentes

Las películas suelen basarse en obras, tales como novelas, comics, historias de noticias, relatos e incluso canciones que son obras de autores anteriores. Los ejemplos incluyen novelas de autores como Tom Clancy (*Juego de Patriotas*, *La caza del Octubre rojo*), o Stephen King (*El resplandor*, *La milla verde*), libros de comics como Asterix y Obelix de Goscinny (*Asterix y Obelix: Misión Cleopatra* (2002)) y *300* (cuya versión en película fue dirigida por Zak Snyder (2006)), y las obras teatrales como la trilogía de tragedias de Wajdi Mouawad (*Incendies* (2010)). *Spiderman*, *Harry Potter*, *El Señor de los Anillos* y *Batman*, existían como obras publicadas desde hacía tiempo, antes de aparecer en películas de gran éxito.

Cualquier otro material protegido por derecho de autor que aparezca en una obra publicada previamente, desde videojuegos hasta películas, puede ser incluido en una nueva producción cinematográfica siempre que se hayan obtenido las correspondientes autorizaciones. Esto es cierto tanto para la obra más desconocida como para los grandes éxitos de taquilla. El éxito francés de Coline Serreau, *Tres solteros y un biberón*, que se había convertido legalmente en un remake estadounidense casi se convirtió en una serie de televisión local. El director entabló juicio contra la empresa productora argumentando que los derechos para realizar la serie no se habían concedido en licencia debidamente. El Tribunal Supremo francés estuvo de acuerdo, haciendo hincapié en el hecho de que las dos obras eran verdaderamente muy similares y que el proyecto de serie de televisión, basado en los elementos principales de la película, no era lo suficientemente diferente como para que se pudiera considerar una obra independiente (Flach Films contra Dune – Tribunal Supremo francés, 19 de febrero de 2002). De hecho, cuando se descubre que algunos elementos de una obra protegida por derecho de autor, como una película, son idénticos a los elementos de una obra secundaria, como un guión secuela, se la considera una obra derivada, por lo que requiere autorización del titular del derecho de autor de la obra original. El Tribunal de Apelación de París confirmó esto en una decisión del 12 de mayo de 2004, declarando ilícita una secuela francesa de la película *Alien*, dado que no había obtenido la debida autorización de los titulares del derecho de autor de la obra original.

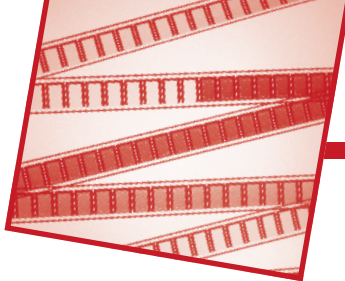
La concesión en licencia del derecho de autor contenido en esos elementos subyacentes, así como el guión, generalmente adopta la forma de un acuerdo de opción, dado que, al llegar a este nivel del ciclo de producción, suelen existir todavía muchas posibilidades de que la película no se produzca. En el acuerdo de opción se dejará claro que el titular del derecho de autor de la obra subyacente acepta conceder los derechos al productor durante un período de tiempo limitado para producir una película y que, si la película se realiza (es decir, si se ejerce la opción), se abonará al propietario una determinada cantidad de dinero por el derecho permanente de utilizar la obra en la película.

Algunas de las condiciones básicas de estos acuerdos y de otros acuerdos de adquisición de derechos han sido normalizadas por las asociaciones de escritores, tales como la *Writers Guild of America* y la *Société des auteurs et compositeurs dramatiques* de Francia. Puede verse una descripción más completa de un acuerdo de opción en el capítulo 3.

### 2.2.2 Licencias sobre obras musicales y autorizaciones

Todas las obras musicales de una película deben estar autorizadas y se debe negociar la licencia tanto sobre los derechos de sincronización (el derecho a utilizar la propia composición, que se obtiene generalmente del editor de la música) como sobre los derechos de uso del original (el derecho a utilizar la grabación de la música). Juntos incluyen el derecho a sincronizar la música con las imágenes de la película. Los productores y distribuidores no tienen que obtener los derechos de interpretación o ejecución pública, dado que las sociedades de derechos de interpretación o ejecución, tales como ASCAP y BMI son las que conceden en licencia esos derechos a los usuarios finales: cines, organismos de radiodifusión televisiva y otros medios de difusión. Estos derechos para utilizar la composición y la grabación pueden pertenecer a los escritores y los compositores originales (en el caso de los derechos de sincronización), a los intérpretes o ejecutantes o a los productores de discos (en el caso de los derechos de uso del original). Sin embargo, es más probable que estén en manos de un editor de música especializado, como *Warner Music* o *Sony BMG*, o de un servicio especializado en proporcionar música pregrabada, como *Associated Production Music*.

La concesión de licencias y la autorización de música es una actividad económica compleja. En la medida de lo posible, estas cuestiones deberían ser gestionadas



por profesionales especializados, como supervisores de música o abogados con experiencia en ese ámbito.

Muchos productores prefieren encargar una banda sonora, es decir, una música original específica para una película. Deben obtenerse las mismas autorizaciones que las descritas anteriormente para una banda sonora, aunque, en algunos casos, el propietario de la música puede ser el productor o la SPE si la música se crea a resultas de un “contrato de obra por encargo”.

La música ensordecedora que proviene de la radio de un coche que circula en una escena, la música en el programa de televisión como música de fondo, o el fragmento de una canción que uno de los actores canta son todos ejemplos de música para los que se deben negociar las licencias en el caso de un largometraje de ficción. Sin embargo, las reglas para los documentales pueden no requerir licencias específicas. Si un actor canta “Cumpleaños Feliz” en una película, también se debe obtener licencia de ese derecho. Y este puede ser uno de los mayores problemas con los que se enfrentan los productores (y, en consecuencia, los distribuidores) de todo el mundo. Las licencias de música son uno de los primeros problemas que los distribuidores deben abordar cuando piensan en la producción de una película. Los distribuidores saben que sus clientes y, en particular, los organismos de radiodifusión televisiva, pedirán la confirmación de la autorización de la música para el uso específico. Cambiar la música en una película puede ser muy costoso. Además, dada la naturaleza muy pública de la distribución de películas y la complejidad de las empresas que controlan los derechos sobre la música, la probabilidad de que reclamen por pasar por alto la autorización para la música es casi del 100%. Los distribuidores y los organismos de radiodifusión televisiva solicitarán una “hoja de localización de bloques musicales” (algunas veces denominada como “*needle drops*” en inglés) en la que se enumere cada obra musical, se indique el tiempo que se utiliza y quién es el propietario. También querrán consultar los acuerdos de licencia para cada obra musical, así como la prueba del pago de los acuerdos. Por lo que respecta a los derechos concedidos, estos acuerdos deben ser muy específicos e indicarán durante cuánto tiempo se podrá utilizar la música (hasta el segundo), si se puede utilizar como tema musical, y si se puede incluir en un álbum de la banda sonora o en el trailer.

Los distribuidores deben saber qué es un acuerdo de licencia de música “normalizado”, ya que los pequeños errores pueden ser muy costosos. A menudo es considerablemente menos costoso pagar una licencia de música con importantes

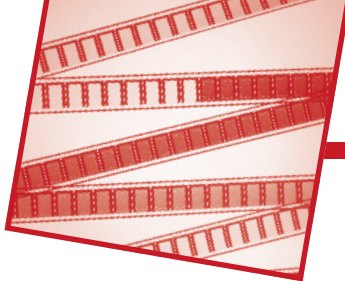
restricciones: para una zona geográfica limitada (sólo Nigeria, por ejemplo) o un conjunto limitado de usos (sólo para proyecciones de festivales, por ejemplo). No hay ningún problema en hacerlo así, siempre que el acuerdo permita también al productor abonar los importes negociados previamente para el resto de derechos que pueda necesitar en el futuro (incluidos todos los derechos a nivel mundial en todos los medios de comunicación a perpetuidad, siempre que sea posible). Obviamente, surgirán problemas costosos si el productor tiene que negociar esos derechos después de que el mundo haya descubierto que la película será probablemente un éxito mundial.

### 2.2.3 Licencias sobre fotografía fija y clips (secuencias)

Cuando una obra audiovisual grabada previamente en una película se presenta en televisión, pantalla de cine, dispositivo móvil o pantalla de computadora, debe obtenerse una licencia sobre el clip. Esta licencia otorga el derecho para su uso (incluido el uso de la música contenida en el clip). De manera similar, el uso de una fotografía o de una pintura puede necesitar también una licencia específica, incluso aunque se vea al fondo de una escena. Estas licencias son similares a las licencias de utilización de música en las que se especifican las condiciones autorizadas del uso, incluida la longitud convenida del clip de la película. El distribuidor debe asegurarse de que el productor haya obtenido todos los derechos para el uso específico, incluida la música subyacente en una secuencia, la autorización del artista en el caso de una pintura (y en algunos casos, también del propietario del permiso de la pintura) para cualquier uso posible durante el período de vigencia más apropiado según lo determinado por la legislación nacional o, como es práctica normal en algunas jurisdicciones, a perpetuidad a nivel mundial. El distribuidor también necesita hacer todo lo posible para tener la certeza de que el productor haya confirmado que la persona que otorga la licencia sobre el material tiene todos los derechos subyacentes y el derecho a conceder bajo licencia el material para los fines especificados.

Lamentablemente, en la mayoría de los casos, el licenciante del clip no dará ninguna garantía ni declaración de que ha autorizado todos los elementos para su uso en otra obra. En cambio, concederán los derechos en forma de “quita” y el productor también tendrá que autorizar la interpretación o ejecución de los actores en el clip, además de la música.

Garantizar la debida autorización de los derechos puede ser también trabajo del distribuidor cuando prepara la publicación de un DVD. Para ilustrar la primera cubierta



de DVD de *Pierrot el loco* de Jean-Luc Godard, por ejemplo, se reprodujo una fotografía tomada durante la filmación original en la década de los años 1960, sin autorización previa del fotógrafo. Se denunció una clara infracción del derecho de autor y se ordenó al distribuidor que abonase los daños y perjuicios al titular del derecho de autor.

En algunos casos, el uso de material gráfico, fotografías y otras imágenes visuales, puede ser considerado incidental y no se requerirá ninguna autorización. Por ejemplo, la primera escena de *Bye-Bye* de Karim Dridi (1995) fue rodada en el puerto de Marsella donde la pintura de una calle era visible en el fondo. La ADAGP, la Sociedad Francesa de Cobro de Derechos que representa al artista de la pintura de la calle, entabló un juicio contra la producción por incumplimiento del derecho de autor. El tribunal dictaminó que dado que la obra era accesible a todo el mundo y aparecía solamente durante unos segundos, era incidental para el tema principal de la película y no requería autorización específica (ADAGP contra ADR Productions – Tribunal de Apelación de París, 14 de septiembre de 1999).

#### 2.2.4 Registrabilidad de la marca

Es una buena idea evitar utilizar productos con un logotipo de marca reconocible. Existen muchos motivos para ello. Algunos tienen base jurídica (en particular, si el producto de que se trate es denigrado de alguna forma o utilizado de manera inapropiada: asesinar a alguien con pasta de dientes, por ejemplo, lo que podría ser un motivo para incoar una acción judicial) mientras que otros son más comerciales. Por ejemplo, los organismos de radiodifusión televisiva son sensibles al hecho de que Pepsi pueda no querer hacer anuncios durante la presentación de una película si en esa película aparecen personas bebiendo Coca-Cola. Si un productor utiliza un logotipo reconocible, es mejor decidir de antemano el uso autorizado con el propietario. Si el producto se presenta de forma positiva, entonces es muy probable que se pueda garantizar una compensación al productor de la película en forma de pagos por la colocación del producto. A cambio, el productor aceptará mostrar un producto y deberá asegurarse de que se cumplen las obligaciones o enfrentarse con un posible litigio. Generalmente, los acuerdos serán muy específicos por lo que respecta a las obligaciones de cada parte, y, medio oculto en el contrato, figurará la autorización para utilizar los logotipos y los envases de la marca.

Siempre que se utilice el logotipo de una marca u otra imagen o frase de la marca, aunque sea de forma accesoria, puede que sea necesario obtener autorización y




licencia para ese uso específico. Esto es casi siempre cierto si el producto se destaca de alguna forma o es parte integrante de la historia o del diálogo. Por ejemplo, en el largometraje animado *Persépolis* (2006), de Marjane Satrapi y Vincent Paronnaud, galardonado con el premio del Festival de Cine de Cannes, una adolescente usa zapatillas Nike. Para esa producción, fue necesario obtener autorización para el uso del logotipo de Nike porque se hacía referencia específica a la marca, a pesar del hecho de que la referencia era en forma animada. El sector de marcas es un sector delicado y siempre es mejor ser cauto y evitar el uso de productos de marca salvo que sea necesario creativamente, en cuyo caso, el producto, el logotipo, la imagen o la frase probablemente necesitará autorización. Al fin de cuentas, tenga razón o no el productor, una empresa importante puede amargarle la vida al distribuidor si ve su propiedad intelectual sin licencia en una película.

#### 2.2.5 Nombre, historia de vida y semejanza

En teoría, cualquier cosa que ocurre en público o que se notifica como noticia (hechos) puede ser utilizada sin licencia específica. Sin embargo, si alguien a quien se describe, incluso una personalidad pública, es difamado en la obra, entonces el distribuidor, así como el producto, podrán tener problemas con la justicia. Si la película utiliza el nombre, número de teléfono, fotografía u otros detalles personales de alguien, siempre es mejor obtener el permiso de esa persona. Esto entra en el concepto de “derecho a la privacidad” y “derecho de publicidad”, la noción de que alguien tiene derecho a mantener su vida privada alejada de la vista del público. La concesión de licencias de una persona sobre los “derechos de la historia de su vida” significa que esa persona renuncia a esos derechos. Se trata de un ámbito complejo y las leyes difieren entre los países.

El 10 de abril de 2009, el Tribunal de Apelación de París multó al canal de televisión France 3 por emitir una serie de televisión basada en un famoso asesino de niños. El autor del crimen nunca había sido arrestado, pero la película daba a entender que una determinada persona era culpable. Los herederos de esa persona denunciaron que dañaba su reputación, es decir, que el programa lo difamaba. El productor también fue considerado responsable y la serie tuvo que ser retirada del mercado. Otro tribunal de Europa dictaminó recientemente que no se pueden utilizar apellidos inusuales para los malos de las obras de ficción y que las familias que tienen esos apellidos pueden entablar juicios contra los productores y distribuidores si consideran que su buen “nombre” ha sido mancillado.



En el caso de documentales, la autorización de las personas que aparecen en pantalla puede ser más complicada. En algunos casos, las personas que aparecen pueden considerarse incluso actores y exigir pago por sus apariciones. En *Ser y tener*, un documental dirigido por Nicolas Philibert (2002), el principal personaje de la película, un profesor de escuela, alegó que estaba actuando y pidió que le pagasen. El Tribunal Supremo francés dictaminó que no estaba actuando sino que sólo se le describía en el ejercicio normal de sus funciones en un documental. Aunque no firmó un descargo, quedaba claro que el profesor era totalmente consciente de la naturaleza de lo que estaba ocurriendo y, por consiguiente, implícitamente había concedido el derecho a utilizar su imagen para la producción y explotación de la película (Maïa Films contra Georges Lopez – Tribunal Supremo francés, 13 de noviembre de 2008).

#### *Cuestiones de publicidad contractual para actores*

Los distribuidores también tienen que preocuparse de las disposiciones sobre nombre e imagen en sus acuerdos con actores. La forma en que los actores consienten en aparecer en carteles, anuncios pagados y fotos publicitarias es otro aspecto en el que los distribuidores pueden meterse en dificultades importantes. Si alguno de los actores tiene demasiado control sobre cualquier aspecto del estreno o comercialización, la distribución de la película resultará más difícil. La actriz americana Sharon Stone aceptó aparecer en una película protagonizada por Woody Allen y dirigida por el director mexicano Alfonso Arau llamada *Cachitos picantes* (2000). Su contrato indicaba específicamente que su rostro no podía ser utilizado en el cartel para anunciar la película y el agente de ventas incluyó debidamente esta cláusula en todos los acuerdos con los distribuidores territoriales. Sin embargo, algunos de esos distribuidores ignoraron esa disposición y utilizaron su imagen de todas maneras (prominentemente). Tan pronto como se descubrieron esas violaciones, el agente de ventas recibió notificaciones jurídicas en las que se insistía en los derechos de la Sra. Stone en virtud del acuerdo. El agente de ventas exigió a los distribuidores territoriales que cometieron la transgresión que modificasen sus campañas a pesar del gran coste que significaba.

#### 2.2.6 Licencias sobre personajes

Estos acuerdos son muy similares a las licencias para guiones y propiedad subyacente. Sin embargo, normalmente confieren solamente derechos de uso muy limitado y raras veces incluyen los derechos de efectuar secuelas o de

comercialización, por ejemplo. El problema de estos acuerdos reside generalmente en la forma de determinar la propiedad real de los personajes y si los supuestos propietarios tienen o no derecho a conceder el derecho de utilizar los personajes en otros medios, una película, por ejemplo. Algunos personajes han sido objeto de licencias únicamente para comics, dibujos animados o videojuegos y los editores de los mismos no tienen derecho a realizar una película con el personaje. Por otra parte, a lo largo de los años, determinados personajes pueden haber cambiado y cada cambio puede haber dado lugar a una nueva solicitud de marca o de obra protegida por derecho de autor. Se trata de una situación que continúa planteando problemas tanto para las franquicias de Batman como las de Superman. La mayoría de la gente evita utilizar en sus obras personajes que no hayan creado.

### 2.2.7 Acuerdos del equipo artístico

Los otros acuerdos que son necesarios para la película son los acuerdos del equipo artístico. La complejidad y variedad de esos acuerdos hace imposible examinarlos todos aquí, pero existen excelentes ejemplos de las Asociaciones Nacionales de Actores y Directores, es decir, de la Federación Internacional de Actores, FIA – [www.fia-actors/en/agreements.html](http://www.fia-actors/en/agreements.html) y de la Asociación de Actores Cinematográficos – [www.sag.com](http://www.sag.com), y, para acuerdos de Directores, la *Directors Guild of America*, DGA – [www.dga.org](http://www.dga.org) y [www.saa-authors.eu](http://www.saa-authors.eu). En los Estados Unidos y en muchos otros países, hay tres cuestiones clave que los distribuidores exigen en todos los acuerdos del equipo artístico: la concesión de derechos, la renuncia a medidas cautelares y al derecho a ceder los derechos obtenidos en el acuerdo.

Los distribuidores no deben basar su análisis de CDT en el hecho de que el productor haya utilizado los términos exactos de cualquier contrato específico sacado de Internet o encontrado en un libro, sino que, por el contrario, deben consultar con abogados especializados en esas cuestiones.

Los acuerdos de distribución suelen abarcar una gran variedad de cuestiones de interés durante el proceso de producción, algunas de las cuales no tienen nada que ver con la cesión de derechos. Esto incluye los esfuerzos promocionales que se esperan del equipo artístico (incluidas las restricciones de publicidad relativas al nombre y la imagen, asistir a inauguraciones, dar entrevistas de prensa), las cuestiones presupuestarias, que incluyen un gasto mínimo para los salarios de los actores y el acceso al plató por parte de la prensa o de las personas que participan en

la distribución. El distribuidor sencillamente querrá que los acuerdos confieran todos los derechos para hacer cualquier cosa con la interpretación o la ejecución, o la obra.

#### *Acuerdos de director*

La obligación de respetar la obra de un director se incluye a menudo en los acuerdos de director. Una disposición sobre la versión final verdadera es poco habitual en los acuerdos de los Estados Unidos de América y del Reino Unido, pero imposible de excluir en Francia y en la mayoría de los demás países de Europa, ya que la noción de “versión final” forma parte integrante del principio de los derechos morales.

Los derechos morales del director, así como los derechos morales del guionista, pueden suponer mucho más que tener simplemente la versión final, aunque hayan cedido su derecho de autor al productor. Radu Mihaileanu, director de *El tren de la vida* (1998) que ganó el Premio Fipresci del Festival de Cine de Venecia, ejerció sus derechos morales cuando se dio cuenta de que el distribuidor de la película había sustituido la versión cinematográfica digital original de la banda sonora por una banda sonora de menor calidad en el DVD. Obtuvo un mandato judicial que exigió la inmediata destrucción de los DVD existentes que no estuviesen conformes con la obra original y la sustitución de la banda sonora original, así como el pago de daños y perjuicios (Radu Mailhaileanu contra AB International – Tribunal de Apelación de París, de 29 de junio de 2001).

Es importante ser sumamente preciso en los acuerdos del equipo artístico y basarlos en un guión definitivo y los calendarios de producción y entrega. Si es necesario hacer algún cambio en los acuerdos, puede resultar una cuestión sumamente difícil y puede dar lugar a que se abone una compensación total al equipo artístico sin haber realizado ningún trabajo (se hace referencia a estas cláusulas, a menudo, como disposiciones de “participar o pagar”).

En relación con los acuerdos de directores, es importante recordar que pueden considerarse como contratos del equipo artístico (poseyendo el correspondiente derecho de autor) y como acuerdos de empleados (los productores les abonarán salarios durante la preproducción, el rodaje y la postproducción). Recibirán compensación por su trabajo durante la producción y regalías de la distribución de la película. Y, lo que es más importante, son autores de la película y, en la mayoría de los casos, se consideran el autor principal. Esto les da derechos específicos que son diferentes de los derechos otorgados a los actores en sus acuerdos.

### *Acuerdos de actores*

Por lo que respecta a los actores, en la mayoría de los países fuera de los Estados Unidos de América, poseen derechos conexos, incluido el derecho de publicidad, y el productor (y por contrato, el distribuidor) deben respetarlos. Sus acuerdos los obligan a desempeñar su papel según las instrucciones del director, pero también a especificar que su interpretación o ejecución puede ser reproducida y explotada cuando la película sea estrenada en diversos medios de comunicación.

**Obtégalo por escrito** – La transferencia o cesión del derecho de autor debe ser por escrito. Los contratos deben ser explícitos y deben entrañar el intercambio de contraprestación. En otras palabras, el titular del derecho de autor debe ser compensado de alguna forma. Es importante obtener confirmación de que la compensación, si la hubiere, ha sido debidamente realizada, mediante cheque cancelado, confirmación de transferencia bancaria o firma por pago en efectivo.

#### 2.2.8 ¿Cuándo no es necesario conceder en licencia el derecho de autor? Dominio público y uso leal

Siempre se recomienda curarse en salud. Si parece que quizás sea necesario obtener licencia del derecho de autor, es probable que así sea. Si es posible evitar el uso de material protegido por derecho de autor o de marca, sin dañar el contenido creativo de la obra, probablemente sea inteligente hacerlo así. Cuando se tenga duda, durante el rodaje, dé la vuelta al producto de forma que no se pueda ver la etiqueta, pida al extra que se cambie la camiseta con el logotipo o apague la televisión al fondo.

Hay situaciones en las que es lícito utilizar material protegido por derecho de autor sin obtener permiso del titular del derecho de autor, en particular, en documentales o cuando se informa de hechos, acontecimientos actuales o cuando el uso es para crítica o reseña. A esto se hace referencia como “uso leal”. Sin embargo, raras veces se permite en largometrajes de ficción. En *Ser y tener* (2002), Nicolas Philibert mostró gráficos educativos en la pared de una clase. Los titulares del derecho de autor de esos gráficos entablaron un juicio contra el distribuidor y el productor por infracción del derecho de autor. El Tribunal de Apelación de París desestimó el caso, dictaminando que el uso de los carteles fue incidental. No eran el principal tema de la

película, apareciendo solamente en secuencias cortas y siempre al fondo (SAIF contra Maïa Films – Tribunal Supremo francés, 12 de mayo de 2011).

Según lo expuesto anteriormente, las obras de dominio público incluyen obras que ya no están protegidas por derecho de autor. Debido a los cambios en las condiciones del derecho de autor a lo largo de los años y de las diferencias entre las leyes de cada país, determinar qué pertenece al dominio público puede ser complicado. Una película que pasa al dominio público en los Estados Unidos puede no ser de dominio público en Francia y viceversa.

### **2.3 Seguros contra errores y omisiones (E&O)**

El seguro contra E&O es un tipo de seguro que cubre cualquier problema en materia de adquisición de derechos. Para ayudar a mantener todos esos elementos en orden, en el Anexo II de la presente publicación figura una lista de verificación que es similar a la que este tipo de aseguradoras utilizan para asegurarse de que los productores tienen toda la documentación que un distribuidor requeriría y que todos los derechos necesarios están autorizados. Los distribuidores territoriales potenciales y las empresas de televisión pueden exigir una póliza E&O (casi siempre en el caso de distribuidores estadounidenses y del Reino Unido). Estas pólizas cubren normalmente hasta 3 millones de dólares EE.UU. de responsabilidad. Si toda la documentación está en orden, las pólizas E&O no son caras. Sin embargo, si la documentación no está en orden, y el productor no podrá obtener un E&O, y quizás no podrá distribuir la película.

Los ejecutivos de adquisiciones y los programadores de televisión con experiencia serán muy exigentes respecto de las cuestiones importantes, es decir, música, derechos subyacentes, personajes, marcas, clips y uso de material de archivo, imágenes de celebridades u obras de arte contemporáneo conocidas. Esperarán que se haya concluido el acuerdo de licencia para cada uno de esos derechos. La aseguradora de E&O efectuará el mismo examen y esperará poder consultar la misma documentación. Si una película ha obtenido un seguro E&O, los distribuidores potenciales no se preocuparán por hacer las verificaciones ellos mismos. La lista de verificación ofrece una lista muy exhaustiva de los requisitos para obtener el seguro E&O. Muchos productores no tendrán la posibilidad de que se les conceda el seguro E&O antes de asegurarse la distribución. Sin embargo, es conveniente estar preparado para facilitar toda la documentación mencionada en la lista de verificación cuando sea necesario.

El seguro E&O proporciona protección contra demandas judiciales relativas a:

- Invasión de la vida privada,
- Plagio o pirateo de ideas,
- Infracción del derecho de autor,
- Libelo o injuria (difamación),
- Degradación o difamación de productos (libelo de marca),
- Infracción de una marca, lema o título.

### **El tatuaje de Mike Tyson en *Resacón 2: ¡ahora en Tailandia!* de Todd Philipps**

S. Victor Whitmill, el artista tatuador que creó un tatuaje tribal distintivo para el boxeador Mike Tyson, entabló un juicio contra Warner Bros. para evitar el estreno de la secuela de éxito porque no se había otorgado debidamente la licencia de su material gráfico protegido por derecho de autor. Aunque el tatuaje aparecía en la película original en su lugar habitual (el rostro de Mike Tyson), en la secuela está en el rostro de la estrella Ed Helms y aparece de manera prominente en carteles de la película. Aunque el intento del artista de bloquear el estreno fracasó, ha incoado una demanda por infracción del derecho de autor. En su rechazo del requerimiento, la juez del tribunal del distrito estadounidense, Catherine D. Perry, indicó que creía que la demanda del Sr. Whitmill tenía grandes posibilidades de éxito. La juez Perry ha confirmado que un tatuaje puede estar protegido por derecho de autor y rechazó la demanda de "uso leal" de Warner Bros.: se había dicho que el tatuaje era una parodia. Se desconoce quién ganará, pero queda claro que esta cuestión podría haberse evitado mediante la obtención de licencia sobre el derecho de autor del artista. Curiosamente, cuando a Tyson le hicieron el tatuaje en 2003, firmó un documento expresando que el artista mantenía los derechos. Warner Bros. reclama que su derecho a utilizar la imagen forma parte de su acuerdo con Tyson, pero si Tyson nunca tuvo esos derechos, ese será un argumento difícil de sostener. Es fundamental precisar qué derechos han sido concedidos y tener la certeza de que la persona que usted cree que está otorgando esos derechos realmente los posee.

Existe un número limitado de empresas que ofrecen seguros E&O y tienen requisitos estrictos que deben ser cumplidos antes de emitir la póliza. La mejor estrategia es estar organizado. Los distribuidores deben saber qué contratos son necesarios y deben asegurarse metódicamente de que los productores los han ejecutado con las



partes competentes. Si todos tienen suerte, la película será un éxito y nadie entablará una demanda, y si lo hacen, todos tendrán ese documento esencial que prueba la titularidad o el derecho a distribuir la película.



### CAPÍTULO 3

## EJEMPLOS DE LOS ACUERDOS REQUERIDOS PARA LA DISTRIBUCIÓN DE PELÍCULAS

Para que una cesión de derecho de autor sea vinculante, debe estar por escrito. Para que un contrato sea vinculante, es necesario cumplir con algunos requisitos. Tiene que haber una oferta de una parte y la aceptación de la oferta de la otra parte. En muchas jurisdicciones, tiene que haber un intercambio de contraprestaciones, o sea, dar una cosa por otra: por ejemplo, una licencia de derecho de autor a cambio de un pago en efectivo. Tiene que haber certeza en cuanto a las condiciones del contrato, lo que significa que el contrato no puede ser tan vago o tan confuso que una persona razonable no pueda entender lo que significa. Por último, tiene que existir la intención de las partes de crear una relación jurídica, normalmente clara como resultado de la existencia de los demás elementos del contrato. Estos acuerdos serán examinados con mucho más detalle (incluidos todos los elementos que idealmente deben incluirse) pero si los distribuidores optan por simplificar las cosas sin contemplaciones, como mínimo, deben asegurarse de que la transacción del derecho de autor (acuerdo de distribución) se registre por escrito, en forma de contrato, satisfaciendo los requisitos mínimos anteriormente mencionados.

La forma en la que los tribunales consideran los acuerdos en una jurisdicción particular puede determinar quién es el propietario de una película y qué entidad puede conceder licencias respecto de los derechos de distribución a otra parte o percibir ingresos generados por la película. La jurisdicción también puede determinar si el propietario de los derechos ha concedido debidamente las licencias a un agente de ventas o a un distribuidor territorial y quién debe asumir las costas y tiene la responsabilidad por concepto de daños y perjuicios, en caso de que surjan problemas. Es muy aconsejable que todas las partes de un acuerdo busquen asesoramiento jurídico a nivel local sobre esos asuntos, aunque es importante que todos tengan un conocimiento básico sobre esas cuestiones.

El acuerdo fundacional para todas las películas y el primer acuerdo que el distribuidor debería asegurarse de que ha sido ejecutado adecuadamente por el productor es la licencia del material de partida, el guión y las obras en las que podría basarse el guión. Dado que este acuerdo contiene todos los diversos términos y condiciones que uno encontraría normalmente en otros acuerdos sobre derechos, resulta útil analizar este



acuerdo con mucho detalle. Es importante comprender qué puntos son negociables, cuáles son absolutamente fundamentales para la cesión del uso o la titularidad del derecho de autor y finalmente, qué necesitan confirmar los distribuidores para asegurarse de que van a poder estrenar la película.

### 3.1 Acuerdo de opción

El conjunto de derechos de autor que constituyen la propiedad de una película, la cadena de titularidad, comienza con el guión y, si el guión se basa en material creado previamente, también debe tenerse en cuenta el derecho de autor sobre ese material. Estas licencias pueden ser complejas y forman parte de un proceso de creación que con mucha frecuencia no llega a producir una película. De ahí que adopten la forma de opciones en lugar de licencias o cesiones indiscutibles del material protegido por derecho de autor. Una opción es un término que significa exactamente lo que dice, otorga al productor la opción de obtener la licencia del material bajo circunstancias negociadas. Por consiguiente, un acuerdo de opción también incluirá un acuerdo de adquisición del material de base en caso de que la opción se haga realidad (lo que significa que se decide la producción de la película) Como punto de partida en la confirmación de la Cadena de Titularidad, un distribuidor se asegurará de que la opción esté debidamente documentada, que incluya todos los derechos necesarios para explotar la película acabada y que sea debidamente ejercida (es decir, que no haya expirado, que se haya efectuado el pago y que todos los creadores hayan sido debidamente acreditados).

La opción de un guión basado en la idea original de un guionista es, por supuesto, la opción más fácil porque sólo existen un derecho de autor. Si el productor opta por un guión basado en material existente previamente (una novela, por ejemplo), es importante confirmar que también tiene la opción para ese material y que podrá adquirir esos derechos cuando sea necesario. El derecho a hacer una película con un guión basado en una novela no tiene ningún valor sin el derecho a convertir la novela en una película.

En cualquier caso, es importante que la opción incluya el derecho a adquirir todos los derechos que el distribuidor pudiera necesitar o querer de todas las partes que puedan tener alguna reclamación por lo que respecta al derecho de autor. Esto puede incluir al autor, al dramaturgo, al guionista, a guionistas previos si se utilizaron algunos de sus materiales originales o incluso, posiblemente, a titulares anteriores de una


opción, si esa opción les otorgó un interés continuo en el material después de la expiración de la opción. Tener una opción normalmente requiere el gasto de dinero para elaborar el material y la opción puede permitir la recuperación de esos gastos, si el material se convierte algún día en una película.

Entre los derechos que un distribuidor querrá que se incluyan en la opción, figura el derecho a realizar una película basada en el material (libro, guión, artículo de revista, historia corta, letra de canción, biografía, etc.), así como el derecho a explotar la película en cualquier formato, en cualquier parte del mundo, a perpetuidad.

Las películas basadas en historias reales pueden plantear problemas que los contratos de opción podrían resolver a fin de limitar y proteger la responsabilidad futura de un productor. Esos guiones se suelen basar en noticias de crímenes, escándalos políticos o historias en periódicos sensacionalistas sobre personas ricas y famosas. En virtud de la Convención Europea de Derechos Humanos, el derecho a la privacidad es un derecho fundamental y debe sopesarse respecto del derecho a la información, según lo dispuesto en el artículo 10.1 de ese Convenio. Puede ser difícil para el productor encontrar un equilibrio justo entre esos dos principios, sabiendo que un tribunal favorecerá la solución que da protección al interés más legítimo (Tribunal de Casación francés, 9 de julio de 2003).

El productor debe adquirir también las licencias para secuelas, remake, personajes, los derechos de comercialización y cualquier otra cosa que piense que pueda ser útil en el futuro (y que los titulares del derecho de autor le permitirán tener). En ese estadio del proceso, todo el mundo debe prepararse para el éxito. Esos derechos son fáciles de obtener al comienzo del proceso, pero son casi imposibles de obtener después de que la película sea un éxito. El productor también debe tratar de garantizar un interés constante en el material tras el vencimiento del período de opción (normalmente un año pero, a menudo, con ampliaciones prenegociadas, basadas en pagos adicionales o en el progreso del desarrollo de la película, tales como la incorporación de un director o el elenco, por ejemplo, o asegurando la distribución). Si el productor invierte tiempo y dinero en desarrollar el material, debe cosechar algunos de los beneficios en caso de que la película inicie su producción con otro productor un mes después de que venza la opción.

Todas las condiciones del acuerdo de opción descritas a continuación son elementos necesarios para que el contrato sea aplicable. La opción debe describir las



condiciones de la adquisición, y debe ser más que un acuerdo para poder convenir algunas condiciones en una fecha posterior si algo ocurre. También debe proporcionar alguna forma de compensación a los titulares de los derechos; las opciones libres pueden ser imposibles de aplicar. Para la mayoría de los fines, el acuerdo de opción será suficiente si aborda los puntos a continuación.

Dado que la cesión de los derechos al productor o a una entidad de producción con fines especiales se incorpora al contrato de opción, no hay necesidad de firmar posteriormente un contrato adicional para realizar la película una vez que se ejerza la opción.

1. **Partes en el acuerdo** – La empresa de producción establecida como la entidad que reúne los derechos, por un lado (la entidad de finalidad específica o SPE) y el autor, guionista u otra entidad jurídica que controle el derecho de autor del material para el guión/material de base, por otro lado. En todos los casos, es necesario que el distribuidor confirme que la parte que reivindica los derechos es realmente la titular. Es decir, que el escritor no ha cedido los derechos a otra entidad o que la entidad que reivindica los derechos ha adquirido debidamente esos derechos.


- a. La opción puede incluir la fecha de nacimiento del autor, su nacionalidad, su edad en el momento de la creación de la obra y, si ha fallecido, la fecha de su fallecimiento (todos los elementos necesarios para establecer la duración del derecho de autor). Éste no es el caso en las opciones estadounidenses.
- b. Si la obra fue publicada previamente, entonces el contrato debe enumerar también la fecha y el país de su primera publicación.

2. **Descripción de la obra objeto de una opción** – La obra tiene que ser descrita con claridad de forma muy completa. Si es un guión, debe especificar si es una idea original o está basado en otro material del mismo escritor o de otros escritores. Si se basa en un material previamente existente, es importante que el productor obtenga la concesión en licencia de esos derechos.

3. **Derechos protegidos por opción** – La opción es un derecho exclusivo y debe incluir todos los derechos necesarios para realizar y estrenar la película en todos los medios de comunicación a nivel mundial a perpetuidad (o durante el período máximo de protección del derecho de autor permitido por la legislación local de derecho de

autor) basados en el material. Si no es ya un guión, se incluirá el derecho a adaptar el material para hacer un guión. Si es posible, debe incluirse también el derecho a crear secuelas, remakes, series de televisión, obras teatrales y juegos, básicamente todo derecho subsidiario de cualquier tipo. Esto se suele expresar en los siguientes términos: “todos los derechos ahora conocidos o existentes en el futuro, incluidos sin limitación...”, seguido de la lista de derechos arriba mencionada. La opción debe incluir el derecho a ceder, el derecho a transferir el contrato a un tercero, lo que puede ser necesario a efectos de financiación. Si el titular de los derechos rechaza ceder cualesquiera derechos que puedan ser explotados conjuntamente con el estreno de la película, es mejor especificar restricciones (normalmente “retenciones” que requieren la explotación posterior al estreno de la película en diversos medios de comunicación) sobre la explotación de esos derechos.

4. **Crédito** – ¿Qué crédito de pantalla recibirá el autor?
  
5. **Período de vigencia y renovación de la opción** – La duración de la opción exclusiva es normalmente de 12 a 18 meses con la posibilidad de una renovación, por lo menos, previamente convenida, por un período adicional de 12 a 18 meses, tras el pago de una comisión adicional o cuando se demuestre el avance previo a la producción.
  
6. **Comisión inicial de la opción** – Esta comisión puede ser el 10% del precio de ejercicio, pero puede ser una cantidad fija si el precio de ejercicio es un porcentaje del presupuesto. La comisión inicial de la opción debe ser abonada como parte del intercambio de contraprestación que hace vinculante el contrato para las partes. Se abona contra el pago integral del precio de ejercicio.
  
7. **Comisión de renovación de la opción** – La comisión abonada para renovar la opción al final del período inicial de la opción. Nuevamente, esta comisión podría ser el 10% del precio de ejercicio, pero suele ser la misma que la comisión inicial de la opción.
  
8. **Precio de ejercicio (Precio de compra/Precio de adquisición)** – El precio por el que se adquirirán los derechos para producir la película una vez que el productor ejerza la opción sobre el guión. Esto puede expresarse mediante una cifra concreta o un porcentaje del presupuesto de la película con sujeción a un mínimo y a un máximo (es decir, “el 2% del presupuesto de producción garantizado, aunque, no menos de



100.000 dólares EE.UU. y no más de 200.000 dólares EE.UU.”). El 100% de este importe menos los pagos previos puede ser exigible al ejercer la opción, o los pagos podrían repartirse a lo largo de la producción. Por ejemplo, el 50% el primer día del rodaje y la cantidad pendiente a la finalización de la fotografía.

9. **Obligaciones del escritor** – Si la opción es con el guionista, entonces puede que se le exija que finalice el trabajo de revisión del guión (reescrituras, pulido) sea a cambio de pagos fijos que podrían estar fuera del precio de ejercicio sea simplemente a cambio de la comisión de la opción con la esperanza de que las mejoras lleven a que se produzca el guión.

10. **Comisiones adicionales** – Podrían ser remanentes de la asociación, según lo mencionado anteriormente (en jurisdicciones en las que sea aplicable, como en los Estados Unidos de América, por ejemplo), si el autor es miembro de un sindicato, como la *Writers Guild of America* (WGA). Dichos pagos adicionales se basarán en el éxito de la película (participación en beneficios/regalías) o el pago por obras derivadas y propiedades subsidiarias (secuelas, remakes, juegos). En todos los casos, es importante definir con claridad cómo y cuándo se pagarán esos importes. Se podría incluir una definición de beneficio neto, así como ejemplos de cómo se calcularán los pagos adicionales de obras derivadas. Se incluyen generalmente los derechos de auditoría.

11. **Gastos** – Si la participación activa del guionista en la producción es necesaria o se exige, entonces deben abonarse todos los gastos razonables.

12. **Garantías e indemnizaciones habituales** – Pueden incluir las partes para confirmar que tienen autoridad jurídica para celebrar el contrato, que el autor verdaderamente es el único autor y que se controlan los derechos que se otorgan, que el material no infringe de ningún modo los derechos de propiedad intelectual de cualquier persona ni es difamatorio u obsceno de conformidad con las leyes locales, que no hay ningún pleito pendiente u otro problema jurídico y que no existe ningún gravamen ni carga sobre la propiedad.

13. **Solución de controversias** – Se debe incluir la elección del foro, como los tribunales o un mecanismo de solución extrajudicial de controversias, por ejemplo mediación y/o arbitraje. Las instituciones como la OMPI y la IFTA proporcionan procedimientos especializados de solución extrajudicial de controversias, así como

cláusulas tipo para la solución de controversias que las partes pueden utilizar en sus acuerdos (véanse las cláusulas contractuales tipo de la OMPI y los acuerdos de sometimiento en el Anexo III del presente documento). Estas cláusulas deben indicar en particular la autoridad y la jurisdicción pertinentes, incluida la legislación aplicable que controla el contrato entre las partes, así como el lugar de arbitraje y/o mediación. Asimismo las partes podrían establecer un límite para daños y perjuicios con objeto de fijar el techo del riesgo de responsabilidad potencial. Por ejemplo, los daños y perjuicios pueden estar limitados a una devolución de un anticipo de distribución, en lugar de una estimación especulativa de los beneficios perdidos. Esto se trata con más detalle en el capítulo 5 a continuación.

14. **Rescisión** – El contrato puede disponer un mecanismo de rescisión en caso de incumplimiento, es decir, impago por parte del productor, incumplimiento de las obligaciones por parte del escritor o documentación incompleta o incorrecta por parte del titular de los derechos subyacentes. Esas disposiciones deben especificar los derechos y obligaciones de cada parte en caso de rescisión. Se podría prever el reembolso total de todas las compensaciones abonadas a un autor o la reversión de los derechos a un titular de derechos. En los Estados Unidos de América, la mayoría de los contratos en la documentación de la cadena de titularidad no prevé ningún derecho de terminación, requerimiento o rescisión y, de hecho, la parte que cede o concede los derechos normalmente renuncia específicamente a esos derechos. Esto también es cierto en los Estados Unidos de América para todos los contratos del equipo artístico, y el motivo es que cualquier cosa que pueda dar lugar a que una de las partes que tenga derecho bloquee (prohíba) la distribución de la película no sería aceptable para un distribuidor. Las disposiciones de rescisión a menudo son difíciles de hacer respetar, ya que la causa que da lugar a la rescisión puede ser un litigio o incluso un problema jurídico.

15. **Certificado de autoría** – Se trata de un documento requerido en algunas jurisdicciones con objeto de confirmar los datos de los autores y el hecho de que son verdaderamente los autores del material y que no se ha cedido derecho alguno a un tercero, o que el trabajo es un trabajo por contrato. Es mejor obtener el certificado de autoría como parte de la opción dado que probablemente será necesario en algún momento.

16. **Firmas** – Todas las partes interesadas deben verificar que todos los documentos estén firmados y, si existe alguna duda, es aconsejable dirigirse a las partes para

confirmar que han firmado los documentos. Aunque no es habitual, en estos casos existe el fraude y parte de la diligencia debida puede ser confirmar la ejecución adecuada de toda la documentación.

### 3.2 Acuerdos de música

Según lo examinado anteriormente, se deben obtener dos derechos independientes bajo licencia para utilizar música en una película – los “derechos de sincronización” (el derecho a utilizar la propia composición, normalmente es el editor de la música quien lo concede) y los “derechos sobre las grabaciones originales” (el derecho a utilizar la grabación de la música). Juntos constituirán el derecho a sincronizar la música con las imágenes de la película. Los productores y distribuidores no tienen que obtener los derechos de interpretación pública, dado que las sociedades de derechos de interpretación, como ASCAP y BMI, conceden en licencia esos derechos a los usuarios finales, en particular los cines, los canales de televisión y otros canales públicos. En estos casos, no sería práctico para los titulares de los derechos gestionar cada caso en el que se están explotando sus derechos, por lo que los derechos se gestionan colectivamente en su representación y los ingresos se distribuyen a los titulares de derechos por medio de organizaciones de gestión colectiva o sociedades recaudadoras en cada territorio.


Los derechos de sincronización y de uso del original pueden pertenecer a los escritores, los compositores (en el caso de los derechos de sincronización) o a los intérpretes, los productores de la música o las empresas discográficas (en el caso de los derechos de uso de las grabaciones originales) pero lo más probable es que pertenezcan a un editor de música especializado (como *Warner Music* o *Sony BMG*) o incluso a un servicio especializado en ofrecer música pregrabada, como *Associated Production Music* ([www.apmmusic.com](http://www.apmmusic.com)).

Si el productor encarga música especialmente para la película (la banda sonora), entonces las cosas resultan mucho más sencillas. Incluso es más fácil si el compositor planifica los preparativos para la grabación y la entrega de la música. En este caso, es importante confirmar que el compositor ha obtenido todas las licencias necesarias de los intérpretes. En el siguiente contrato se presupone que todos los derechos están controlados por una única entidad (el compositor/el letrista/el intérprete) y que la entidad será la única intérprete de la música.



## a) Acuerdo del compositor

1. **Las partes** – La empresa de producción, por un lado, y, por otro lado, el compositor como autor, o una empresa establecida por el compositor específicamente para ese tipo de transacciones (a menudo denominada sociedad de préstamo).
2. **Declaración del compromiso** – Esto es exactamente lo que se espera del compositor, componer nueva música para uso exclusivo del productor para la banda sonora de una película específica (o posiblemente para otro fin de cualquier tipo si la creación obedece a un contrato de obra por encargo), encargarse de los preparativos de la grabación de la música y entregar la partitura en un formato específico en una fecha límite y traspasar claramente los derechos al productor según se explica a continuación. Es necesario que esto quede muy claro garantizando que el compositor pueda cumplir con sus responsabilidades y que componga música original en lugar de utilizar música que podría haber concedido en licencia previamente a otra parte.
3. **Condiciones de pago** – La comisión, el calendario de pagos (normalmente un anticipo a la firma y el resto a la entrega), los pagos por las sesiones de grabación (que podrían ser abonadas directamente por el productor o por el compositor, pero reembolsadas por el productor o podrían incluirse en la comisión) y, por último, las regalías, si las hubiera. Si el compositor pertenece a un sindicato de equipos artísticos, a menudo existen contratos, condiciones, tarifas de regalías tipo y obligaciones contractuales residuales que hay que cumplir. El hecho de lanzar al mercado un álbum con la banda sonora, suele estar supeditado a un conjunto diferente de condiciones de regalías.
4. **Exclusividad** – Según lo mencionado anteriormente, la música compuesta para la banda sonora debe ser para uso exclusivo de los productores y el compositor no debe tener derecho a utilizarla para ningún otro fin.
5. **Propiedad y transferencia de los derechos** – Debe quedar claro exactamente qué derechos sobre la música puede otorgar el compositor. Como mínimo, el compositor concederá los derechos de sincronización (el derecho a que la música se adapte a la fotografía) y los derechos de uso del original (el derecho a utilizar la interpretación de la música). Es necesario que esos contratos sean claros tanto para la composición musical subyacente (y la letra) como para la interpretación grabada de la



música. También se pueden otorgar los derechos de edición, que deben incluir tanto la música como la letra (dos derechos separados). A menudo, los derechos de edición son de titularidad compartida aunque es el productor quien los controla.

Que el productor sea el único titular del derecho de autor o que la titularidad se comparta con el compositor es una cuestión a negociar, aunque la mayoría de los contratos de asociaciones y sindicatos prevén que se compartan los ingresos derivados de los ingresos de la interpretación pública entre el compositor y el titular de los derechos de edición. En Europa, en virtud de algunas reglamentaciones sobre derecho de autor, no es posible que el compositor ceda totalmente su derecho de autor (aunque puede renunciar a su derecho a ejercer ciertos elementos de esos derechos en el Reino Unido). Como mínimo, es necesario que el contrato confirme que el compositor/intérprete ha cedido debidamente los derechos de sincronización y de uso del original al productor. Entre los derechos que pueden ser retenidos por el compositor/el artista intérprete o ejecutante están los derechos conexos que son administrados por la OGC mencionada anteriormente. Es habitual que un compositor o un artista intérprete o ejecutante gane más dinero con los derechos conexos que con el pago contractual del original.

No importa qué derechos consiga, el productor debe tratar de obtener los derechos y el consentimiento de los artistas intérpretes o ejecutantes para el uso de la música en todos los medios de comunicación “conocidos ahora o creados en el futuro”, a nivel mundial, durante la vida del derecho de autor. Es mejor cuando no existen obligaciones de pago adicionales (lo que no incluye los pagos realizados por medio de las OGC que no son responsabilidad del productor), pero esto no siempre es posible. En algunos lugares, eso puede significar que el productor pueda utilizar la música en otras películas y puede conceder una licencia para su explotación en publicidad, juegos de vídeo y en otros medios. Esos usos secundarios para la música deben ser concedidos de forma inequívoca en el contrato y en muchos casos no pueden ser otorgados fácilmente, ya que en muchas jurisdicciones (aunque no en los Estados Unidos de América), están incluidos en los derechos morales del compositor que preservan la integridad de la obra.

Si intervienen otros músicos, entonces el compositor debe encargarse de que en todos los contratos se cedan con claridad los derechos necesarios al productor y de efectuar los pagos a los músicos incluidas las regalías contractuales y las obligaciones respecto de sindicatos o gremios.

6. **Garantías y declaraciones del compositor** – El compositor dará su palabra de que la música es original y que tiene el derecho a firmar el contrato y a conceder al productor el derecho a utilizar la música de la forma indicada, dado que no infringe los derechos de propiedad intelectual de ningún tercero. Eximirá al productor de toda responsabilidad respecto de los problemas jurídicos derivados de sus malas acciones (si la música es plagiada por ejemplo). También garantizará que se han obtenido todas las licencias y dispensas necesarias concedidas por cualesquiera otros compositores o músicos que intervengan, y que las regalías y obligaciones residuales se continuarán respetando, de forma que el productor tenga el libre disfrute de la obra.

7. **Garantías y declaraciones del productor** – El productor dará su palabra de que utilizará la música solamente en la forma indicada en el contrato, reconocerá en todo momento la fuente mencionando el nombre del compositor, registrará debidamente el uso de la película ante las instituciones de cobros de derechos subsidiarios y, en algunas jurisdicciones en las que se aplique la normativa de derecho de autor (*Droit d’Auteur* en el original), garantizará la integridad de la obra. El productor también aceptará eximir de responsabilidad al compositor en el caso en el que la utilización de la música al margen de las condiciones del contrato cree problemas jurídicos, incluidos los problemas derivados de las obligaciones respecto del sindicato o asociación.

8. **Relaciones preexistentes** – El compositor puede tener un contrato exclusivo con un editor de música o empresa discográfica que requiera que se hagan pagos a esa empresa. En ese caso, puede ser difícil asegurar todos los derechos que al productor le gustaría tener (banda sonora, por ejemplo). Así pues, será necesario asegurar, como mínimo, los derechos necesarios para explotar la película (sincronización y uso de la grabación original) y para restringir los otros usos de la música (que no se utilice en otras películas, por ejemplo). Todo esto debe quedar claro en el contrato.

9. **Solución de controversias** – Se debe incluir la elección del foro, como los tribunales o un mecanismo de solución extrajudicial de controversias, por ejemplo mediación y/o arbitraje. Instituciones como la OMPI y la IFTA proporcionan procedimientos especializados de solución extrajudicial de controversias, así como cláusulas tipo para la solución de controversias que las partes pueden utilizar en sus acuerdos (véanse las cláusulas contractuales tipo de la OMPI y los acuerdos de sometimiento en el Anexo III del presente documento). Estas cláusulas deben indicar,

en particular, la autoridad y la jurisdicción competentes, incluida la legislación aplicable que controla el contrato entre las partes, así como el lugar de arbitraje y/o mediación. Asimismo las partes podrían establecer un límite para daños y perjuicios, con objeto de fijar el techo del riesgo de responsabilidad potencial. Este tema se examina con más detalle en el capítulo 5 a continuación.

10. **Firmas** – Se requieren las firmas de ambas partes en cada documento.

b) Acuerdos relativos a música preexistente

Si un productor utiliza música que ya ha sido grabada, muchas de las condiciones contractuales descritas anteriormente son las mismas, pero deben señalarse algunas diferencias. En primer lugar, deben obtenerse los derechos de sincronización para todos los usos que requiera la película del titular del derecho de autor de la composición, generalmente designado como derecho de edición, que suele ser un editor de música, y los derechos de uso de la grabación original, que detenta el titular del derecho de autor de la propia grabación de sonido, que normalmente, pero no siempre, incluyen los derechos de los artistas intérpretes o ejecutantes, que pueden ser detentados por una entidad separada, generalmente una empresa discográfica o una sociedad especializada que ofrece música pregrabada para películas, tales como *Associated Production Music (APM)*.

Si una producción negocia licencias de pistas preexistentes, el compositor de esas pistas no es considerado un coautor. Las tarifas para música pregrabada se calculan normalmente en base al tiempo de utilización. Puede haber costos adicionales si la música se utiliza como el tema musical durante los créditos iniciales de la película, en un trailer, en una banda sonora, o si los derechos incluyen derechos derivados, como el uso de la música en videojuegos o en la página Web de la película. También se pueden obtener licencias de clips de la película que contengan la música. Aunque es mejor obtener todos los derechos en todas partes a perpetuidad o el mayor tiempo posible, las licencias sobre música pregrabada son normalmente mucho más restrictivas (por ejemplo, pueden no incluir el derecho a utilizar la música en un álbum de banda sonora o a negociar licencias de clips que contengan la música).

A menudo, el productor trabaja con el compositor para seleccionar música adicional pregrabada para una película. En ese caso, es necesario dejar claro quién es responsable de negociar las licencias sobre los derechos correspondientes para

esa música. En la película biográfica australiana *Shine, el resplandor de un genio*, dirigida por Scott Hicks (1996), sobre el famoso pianista David Helfgott, el compositor encargado fue David Hirschfelder. Estuvo a cargo de la composición de la música para la banda sonora original y también se le pidió que seleccione piezas musicales clásicas muy conocidas, como la *Polonesa Op. 53 en La bemol mayor* de Frederic Chopin y *La Campanella* de Paganini. Estas obras están sin duda alguna en el dominio público pero las interpretaciones y ejecuciones reales grabadas por músicos están protegidas por derecho de autor. Se entabló juicio contra el productor de la película por no tener autorización para utilizar la música grabada. El tribunal confirmó que la producción debe obtener autorización para utilizar toda música preexistente independientemente del tipo de “compromiso artístico” que el compositor encargado haya concertado por lo que respecta a ese tipo de música y la banda sonora original (Tribunal del Distrito de París, 24 de mayo de 2004).

**Licencia de derechos sobre música** – Existen extensos textos dedicados al tema y, como se ha señalado, las reglas pueden cambiar de un país a otro. Siempre que sea posible, los productores deben utilizar los servicios de supervisores de música experimentados y de un abogado con experiencia en ese campo. Si más tarde los productores tienen problemas, pueden demostrar, al menos, que se esforzaron por cumplir con lo que todo el mundo reconoce que es un proceso complicado.

### 3.3 Acuerdos relacionados con la distribución

Los acuerdos de distribución para películas se han modificado en gran medida a lo largo de los últimos cien años, pero los elementos básicos siguen siendo los mismos. Se hace hincapié en los elementos principales que son comunes a la amplia gama de acuerdos de distribución, analizando específicamente tanto un acuerdo de agente de ventas, es decir, el acuerdo entre el titular del derecho de autor/el productor y la empresa que concede la licencia para utilizar los derechos relativos a la distribución a los distribuidores territoriales, así como un acuerdo de distribución territorial, generalmente entre un agente de ventas y un distribuidor territorial o entre el productor y el distribuidor en su propio país. Las condiciones y conceptos generales pueden aplicarse con la misma facilidad a cualquier tipo de acuerdo de distribución en cualquier parte del mundo.

Tanto la Federación Internacional de Asociaciones de Distribuidores de Películas (FIAD, del inglés International Federation of Film Distributors Associations) con sede en Europa, que se centra sobre todo en los distribuidores europeos, como la Independent Film and Televisión Alliance (IFTA) que incluye miembros de todo el mundo, han redactado un conjunto de acuerdos tipo en los que se abordan todos los aspectos, desde la relación del productor y el agente de ventas hasta los nuevos medios de comunicación. Los elementos de los contratos de que se examinan en esta publicación se basan en una versión simplificada de esos acuerdos tipo que pueden encontrarse en el Anexo I, así como en otros acuerdos tipo disponibles en otros mercados. En respuesta a lo que se considera como distorsiones en los acuerdos tipo creados por organizaciones de distribuidores, muchos distribuidores territoriales han creado sus propias versiones de esos contratos, que suelen ser favorables para ellos. La presente publicación ha tratado de facilitar versiones neutrales de esos contratos.

Es necesario que los distribuidores y los productores tengan presente que se trata de contratos negociables. Se pueden pedir cambios y, dependiendo del interés por la película de la otra parte, se puede negociar un mejor acuerdo que el “acuerdo tipo” que se ofrece. Debido a la naturaleza de la distribución de películas, estas relaciones duran muchos años y es casi imposible cambiar las condiciones de distribución una vez que el contrato ha sido firmado y la película estrenada.

Los **acuerdos de distribución** figuran entre los principales contratos de la industria dado que dictan cómo se generarán los ingresos. Así pues, dos de las secciones más importantes de cualquier contrato de distribución tratan de cómo se generan los ingresos y cómo se dividirán esos ingresos entre las partes.

Dos de las partes más importantes de los acuerdos de distribución tratan sobre dónde se recaudarán los ingresos y cómo serán desembolsados. Cada vez con mayor frecuencia, los distribuidores y los productores cuentan con gestores de cuentas de cobro, tales como *Fintage House* y *Freeway* (ambas con sede en Hungría) o *Compact Collections* (en el Reino Unido) para ese servicio. Un contrato de gestión de cuentas de cobro (CAMA, por su sigla en inglés) garantiza que el dinero se abone en una cuenta de cobro reservada para ese uso específico, y que después se desembolse según las instrucciones convenidas por anticipado por las partes. Esto significa que el agente de ventas no controla el flujo de ingresos. En todas las actividades comerciales

siempre hay empresas a las que evitar y, por otra parte, los agentes de ventas pueden comportarse inadecuadamente. Los productores y los distribuidores territoriales han aprendido que la mejor defensa es conocer la empresa y hablar con otros que hayan hecho negocios con ellos para informarse si son honrados. La palabra problemas se extiende rápidamente en el pequeño mundo de la distribución de películas y, por consiguiente, es fundamental que todo el mundo mantenga una reputación intachable.

### 3.3.1 Análisis de ingresos brutos

Dado que muchos aspectos de los contratos mencionados a continuación se refieren a la generación, el cálculo y la distribución de los ingresos de la película, y que se trata del sector que suscita mayor preocupación y frustración tanto a los productores como a los distribuidores, este aspecto merece un análisis complementario. La mayoría de las controversias entre los titulares de derechos y los productores se plantea entre los productores y los distribuidores, y surge debido a un malentendido respecto de la forma en la que se repartirán los ingresos.

Por lo que atañe al equipo artístico (guión, director, actores), la mayor confusión procede del cálculo de los ingresos netos. Si el equipo artístico pertenece a una asociación o a un sindicato, por lo general existen pagos regulares (pagos residuales) que se abonan a los miembros del equipo. También es posible que se les abone un porcentaje de los ingresos de la película, pero generalmente sólo después de que se hayan recuperado los costos de producción y distribución (algunas veces denominados "primer punto de equilibrio" aunque las definiciones de los términos en este sector varían mucho). En algunos acuerdos, parece existir un esfuerzo para hacer esas cláusulas sean muy difíciles de entender. "Bruto ajustado del productor", "beneficio neto en el primer punto de equilibrio", "beneficio neto", "beneficio neto ajustado" todas estas cláusulas podrían tener exactamente la misma definición en diferentes contratos. Las partes en el contrato no deben dejarse embaucar por el uso de la palabra "bruto" (en estos días con frecuencia se define de tal forma que la mayoría de las personas razonables entiende que significa "neto") después de la deducción de los costos importantes (incluidos producción, comercialización, gastos generales y posiblemente incluso intereses y pagos a verdaderos "participantes brutos": los actores importantes que reciben el dinero de los ingresos brutos). Por supuesto, lo que todo el mundo desea y casi nadie consigue es ser uno de esos verdaderos participantes brutos. Eso significa tener un trato "Bruto desde el primer dólar", es decir, recibir un porcentaje de ingresos desde el primer dólar que entra, antes de cualquier deducción. Si las partes se preocupan sobre

cómo funciona ese sistema, entonces probablemente ya tienen un costoso abogado o agente que negocia para ellos.

En Europa, el pago del equipo artístico se basa en el principio de derecho de autor, o sea que la cesión de los derechos comprenderá una participación proporcional para el autor en los ingresos de la venta o explotación de la obra. Así pues, la definición de ingresos netos es bastante común e incluye principalmente los elementos del costo de producción de la película, en particular, el pago justo al productor, así como los gastos de distribución y la comisión (estrictamente limitados) para ventas locales y a nivel mundial.

Lo que importa entender cabalmente es cómo se efectuará el pago potencial. ¿Qué importes irán a los ingresos brutos? La taquilla, un porcentaje de los ingresos de DVD, las ventas de televisión, los VOD y otros ingresos de los nuevos medios de comunicación son comunes, pero ¿qué pasa con los ingresos de la venta de productos derivados (*merchandising*)? ¿Qué pasa con las tarifas abonadas por los festivales de cine (no habitual)? ¿Qué pasa con los ingresos por derechos secundarios? Entonces, es necesario que todo el mundo comprenda qué será deducido. Obviamente los costos de distribución, pero, ¿existe un tope? ¿Se exigirá que el distribuidor que informe de todo esto con detalle? ¿Qué pasa con los impuestos? ¿Hay participantes de “bruto desde el primer dólar”? ¿Hay intereses? ¿Hay gastos generales del estudio?

En un acuerdo típico, se permite al distribuidor que recupere todos los costos de distribución, así como cualquier adelanto abonado a los productores, algunas veces con intereses. También puede que perciban una comisión de distribución y posiblemente, en el caso de los estudios principales, una suma por concepto de gastos generales. La comisión de distribución puede calcularse como un porcentaje de los ingresos brutos o después de haber deducido los gastos. Como regla general, un buen acuerdo tanto para el distribuidor como para el productor/titular de los derechos es que se dividan equitativamente los ingresos menos los gastos.

En el porcentaje de ingresos que les corresponde, los productores pueden recuperar todos los costos de la película, incluidos los intereses y cualquier pago diferido. Con frecuencia, los productores se verán forzados a renunciar a una parte de los pagos por adelantado y a diferir el importe hasta que se reembolse a los inversores y los bancos. Los actores y los directores, por su parte, pueden aceptar acuerdos similares si creen en el potencial de la película. Por supuesto, en primer lugar se devolverá el dinero a los



prestamistas, después a los inversores, y solamente a continuación se abonarán los ingresos netos a los participantes del equipo artístico.


Los productores casi siempre exigirán un derecho de auditoría si existen pagos futuros potenciales (sea de los distribuidores sea de la propia producción). Los agentes de ventas deben exigir este derecho a los distribuidores territoriales. Esto otorga a las partes el derecho a verificar, para asegurarse de que la otra parte rinde cuentas con detalle y precisión. No es una garantía de que no haya engaños, pero, al menos, tendrán que dedicar más tiempo y energía a esa tarea para hacerla con creatividad si saben que la otra parte puede verificar sus cuentas.

Siempre debe haber un mecanismo de rescisión en el contrato, aunque generalmente está supeditado a una controversia importante, ya que en el momento en que surja una causa de rescisión, como quiebra, impago, no ejecución o algún otro incumplimiento, se planteará un problema grave entre las partes.

a) Acuerdo del agente de ventas

Aunque la mayoría de los elementos son los mismos, el acuerdo del agente de ventas abarca más derechos (generalmente todos los derechos a nivel mundial con la excepción del país de origen) y en el contrato se detallan exactamente qué servicios proporciona el agente de ventas a cambio de su remuneración (normalmente expresada como un porcentaje de los ingresos). Otras disposiciones, como los costos de comercialización anticipados, los gastos y la solución de controversias son sorprendentemente similares a las condiciones en los contratos que el agente de ventas concertará con los distribuidores territoriales.

Los servicios de un agente de ventas pueden incluir una serie de funciones, aunque se encargan, principalmente, de la concesión de licencias sobre los derechos de distribución a los distribuidores territoriales en todo el mundo, del cobro y la contabilidad de cualquier importe adeudado, de la entrega de materiales necesarios para la distribución, y de confirmar que los distribuidores cumplen con todos los aspectos de sus acuerdos de distribución. Los agentes de ventas pueden vender una película terminada o pueden encargarse de garantizar las ventas anticipadas de la película que se utilizarán con fines de financiación. En el último caso, serán responsables de facilitar estimaciones de ventas y de trabajar con financieros para asegurar los préstamos de producción u otra financiación.



Los agentes de ventas, de hecho, pueden ser licenciarios de los derechos de distribución si están actuando en su propio nombre (suele ser el caso si se ha abonado un anticipo sustancial) o simplemente pueden ser agentes que actúan en representación de los productores. Ésta es una importante distinción jurídica en muchas jurisdicciones. Es aconsejable buscar asesoramiento jurídico cuando se negocien estos acuerdos.

Los principales elementos del contrato de una agencia de venta son:

1. **Las Partes** – la productora (generalmente una entidad de finalidad específica o SPE según lo anteriormente expresado), por un lado, y el agente de ventas, por otro lado. Es importante incluir la denominación legal completa del agente de ventas y la dirección legal de su centro de actividad principal. Ambas partes deben confirmar que están cerrando un trato con la entidad jurídica idónea, sea prestando servicios de distribución, sea concediendo los derechos de la película. Esto puede parecer sencillo, pero existen muchas razones legítimas de pensar que pueda ocurrir que las empresas en los contratos no sean las que se esperaba. Esto puede ser por protección jurídica, motivos fiscales, protección ante quiebra o motivos relacionados con las leyes locales de incorporación. Es importante entender por qué ésta es la entidad contratante, asegurarse de que el acuerdo pueda hacerse valer contra esa entidad en caso de controversia y de que tiene la autoridad (por medio de la cadena de titularidad) para transferir los derechos.
2. **Título de la película** o las películas objeto del contrato.
3. **Territorio** – Normalmente, el mundo con algunas excepciones para el territorio de origen del productor o de los socios de producción. Cuando se trata de los Estados Unidos de América, y, a veces, si se incluye el Canadá, de América del Norte, se considera como un derecho aparte. Si se incluye América del Norte, sería conveniente que el productor confirme que el agente de ventas tiene experiencia en cerrar acuerdos en esa zona. El acuerdo debe ser muy claro respecto de las definiciones de los territorios excluidos (por ejemplo, la frase “los países africanos de habla inglesa” podría ser mal interpretada, por lo que es mejor enumerar todos los países incluidos).
4. **Período de vigencia** – En general es un período limitado y también puede estar supeditado a que el agente logre algunas metas importantes. Es habitual que estas licencias duren más de diez años, pero no más de 25. Es normal que el productor


retenga el derecho a rescindir el contrato si no se ha alcanzado un determinado nivel de ventas en uno o dos años.

5. **Derechos concedidos** – La concesión normalmente es exclusiva e incluye todos los medios posibles de distribución conocidos actualmente y creados posteriormente. En algunas jurisdicciones, los “medios futuros de distribución” tienen que describirse y enumerarse. Si se trata solo de un acuerdo de Agencia, en el que el agente de ventas no es asimismo el productor o el titular de los derechos, entonces se otorga al agente de ventas el derecho a conceder en licencia esos derechos a un tercero “como agente de” los productores. Si el agente de ventas actúa en calidad de productor ejecutivo, lo que es muy habitual, entonces concederá licencias sobre los derechos directamente a los distribuidores territoriales y el acuerdo de la agencia de ventas conferirá ese derecho al agente de ventas.

Si el productor piensa que puede explotar mejor determinados derechos o que el agente de ventas no es capaz de explotar esos derechos, entonces debe retenerlos y excluirlos explícitamente del acuerdo. El agente de ventas puede tratar de asegurarse derechos complementarios, como derechos de comercialización y de secuelas. El productor debe asegurarse de que quede muy claro cuáles son los derechos que están incluidos y de que el contrato indique claramente que los derechos no incluidos explícitamente quedan reservados a los productores.

En relación con los derechos de los nuevos medios de comunicación (según se ha mencionado previamente), el agente de ventas pedirá con toda seguridad esos derechos y, en la mayoría de los casos, será necesario que concluir acuerdos de licencia de distribución territorial. Es importante que todos los acuerdos de distribución por Internet prevean la posibilidad de bloqueos geográficos y la protección de la gestión de los derechos digitales (DRM).

6. **Obligaciones del agente de ventas** – Además de realizar ventas en el territorio (y de aumentar al máximo esos ingresos potenciales), cabe destacar entre las demás obligaciones: preparar material de promoción y de entrega incluidos trailers y carteles, asistir a mercados cinematográficos y promocionar la película en esos mercados, presentarla en festivales en consulta con los productores, encargarse de determinados aspectos de la financiación de la película, en particular, asegurarse de



que los acuerdos de distribución puedan utilizarse, si fuese necesario, como garantía para préstamos de producción y de que se reduzcan al mínimo las retenciones fiscales y otros impuestos, entregar todos los materiales y la documentación a los distribuidores, cobrar todos los ingresos incluidos los anticipos, y conseguir las declaraciones de regalías y el cobro de las mismas, y, por último, si el productor puede negociarlo, lograr el cumplimiento de los objetivos de ventas o perder los derechos.

7. **Restricciones del agente de ventas** – Es importante que el agente de ventas reconozca que está sujeto a determinadas restricciones que podrían incluir, por ejemplo, mantener los precios mínimos convenidos, no realizar ventas (ni regalías) directas, respetar los límites sobre la inclusión de la película en paquetes durante el primer año de ventas, asegurarse de que no se viola ningún derecho subyacente incluidos los derechos morales, es decir, asegurarse de que se respeta la integridad de la película, por ejemplo, que no se cambia la música para el estreno a nivel local, añadiendo canciones populares del lugar, que se indican los créditos correspondientes, que no se otorga licencia de ningún derecho que no haya sido concedido explícitamente o que se respeta la prohibición sobre el uso de subagentes. Por supuesto, la mayoría de estas restricciones pueden ser modificadas con la aprobación por escrito del productor.

8. **Garantía de anticipo mínimo** – En muchas circunstancias, el agente de ventas aceptará abonar un adelanto para obtener el derecho a ofrecer la película. En ese caso, es necesario que el contrato sea claro sobre cuándo y cómo se efectuará el pago. Si la película se finaliza, se podrá abonar el 100% en el momento de la entrega completa. Deben indicarse en el contrato los datos bancarios de forma clara para que no haya ningún malentendido. Asimismo, el productor debe saber qué ocurrirá con el dinero una vez recibido. ¿Existen retenciones fiscales o impuestos sobre el cambio de divisas? ¿Necesitará el productor devolver el dinero a un tercero (inversores, por ejemplo) de otros países y cuáles son esas consecuencias fiscales? El distribuidor confía en que el productor cumplirá con todas sus obligaciones y el contrato exigirá que así lo haga a fin de permitir al distribuidor un “disfrute tranquilo” de los derechos otorgados. El anticipo es recuperable con intereses y normalmente cuanto mayor sea el anticipo, mayor será la remuneración que el agente cobrará.

9. **Remuneración y gastos** – Los agentes de ventas reciben una remuneración (también denominada comisión) de los ingresos de distribución (tanto anticipos como

las regalías subsiguientes, si las hubiere). Generalmente, esa remuneración se eleva a entre el 10% y el 35% de los importes netos cobrados de cualquier retención fiscal y de los cargos de la cuenta bancaria/de cobro. La mejor forma de abordar la remuneración es considerarla una cantidad real de dinero que se prevé abonar al agente de ventas en lugar de un porcentaje. Si hay posibilidades de que obtengan 10 millones de dólares EE.UU. de ventas, la remuneración podría no superar el 5% (500.000 dólares EE.UU.), pero si se prevé que sólo obtengan 250.000 dólares EE.UU. de ventas, una remuneración del 30% (75.000 dólares EE.UU.) podría ser adecuada. El productor desea que el agente de ventas esté motivado para vender la película y cuanto más baja sea la remuneración menor será el entusiasmo.

Los gastos suelen ser un punto conflictivo. Esto se debe, en parte, a que llevar una película al mercado puede ser muy caro y, en parte, a la forma en la que los gastos están definidos y explicados en los contratos. Es necesario que los distribuidores entiendan en qué costos incurrirán y que se aseguren de que esos gastos sean reembolsados. Es posible que los gastos superen los ingresos en películas pequeñas (especialmente si participan en muchos festivales). En primer lugar, existe generalmente un cargo de una sola vez por gastos generales de mercado que cubre el costo de la asistencia al mercado de la compañía de ventas. En lugar de dividir el costo de los billetes de avión, del espacio de stand, del envío y los gastos de las presentaciones de entretenimiento que se ofrecen entre las imágenes, la mayoría de las empresas de ventas cobrarán un importe fijo de entre 30.000 y 200.000 dólares EE.UU. Posiblemente, esto será beneficioso para el productor ya que limita la doble facturación de los gastos (es importante que los productores recuerden que no tendrán la oportunidad de revisar los gastos para otras películas que ofrezca el agente de ventas). La otra categoría de gastos son los costos directos. Se trata de los costos que están directamente asociados a una película individual (en oposición a los gastos generales). Pueden incluir la preparación de materiales de promoción comercial, como trailers, cintas promocionales, carteles o folletos, así como otros gastos de festivales y mercado, tales como copias de proyección, costos de envío, proyecciones y anuncios en revistas comerciales, posiblemente incluso la organización de una velada en un festival de cine en el que se presenta la película.

Por ejemplo, que la película haya sido seleccionada para el Festival de Cine de Cannes suena estupendo (¡y es estupendo!) pero los costos pueden

ser enormes. El Festival abonará el vuelo del director y de varios miembros del reparto, los alojará en un bonito hotel, y preparará una conferencia de prensa, pero no pagará por el maquillaje y la peluquería, por la familia del director que él insiste en traer, la suite de lujo que la estrella exige o la espléndida fiesta que se espera que los productores y el agente de ventas celebren. Tampoco se hará cargo de la sala de conferencias donde la prensa de todo el mundo entrevistará a los actores y al director, ni al publicista que realizará todos esos preparativos. Tener una película en Cannes puede suponer unos gastos adicionales de entre 50.000 y 500.000 dólares EE.UU. (37.000 – 370.000 euros). Eso se consideraría un gasto directo.

Si el productor no puede ofrecer materiales adecuados para su entrega a todos los distribuidores territoriales, el agente de ventas tendrá que crear esos materiales (incluidos el trailer y el cartel) y deducirá ese gasto de los ingresos. Puede adelantar el dinero necesario para finalizar la película, pero cobrará intereses sobre ese dinero. No hay forma alguna de evitar la mayoría de esos gastos, pero deberán ser enumerados con claridad en el contrato y deberá haber una declaración de que esos son los únicos gastos admisibles. El productor también tendrá derecho a realizar una auditoría de los gastos, dado que los gastos tienen normalmente un tope hasta un importe máximo especificado (que sólo puede superarse mediante aprobación por escrito).

10. **Aplicación de los ingresos brutos** – Según lo mencionado anteriormente, siempre es posible establecer una cuenta de cobro, y eso significa que existirá un contrato de gestión de la cuenta de cobro (CAMA) en el que se especificará claramente cómo se desembolsa el dinero a medida que va entrando. En primer lugar, la empresa de gestión deducirá su comisión (0,5% a 1% aproximadamente), a continuación se pagarán la remuneración del agente de ventas, así como los gastos, y su anticipo si lo hubiere (más intereses y esto es siempre de la parte del productor, dado que será un anticipo de los ingresos que se deben al productor) y, por último, lo que quede se abonará al productor.

Cuando ven el primer estado financiero es prácticamente inevitable que los productores creen que su agente de ventas no es honesto. No pueden creer que su obra maestra no haya logrado más dinero; no pueden creer que los gastos sean tan altos y finalmente no pueden creer que la remuneración del agente de ventas sea tan elevada, aunque firmaron un contrato que

claramente indicaba esa remuneración. Siempre existe la posibilidad de que el productor esté siendo engañado, pero, en la mayoría de los casos, una cuidadosa comparación con las condiciones del contrato revelará que el estado financiero es exacto. El productor puede no haber entendido bien las condiciones del contrato y ahora lamenta determinados aspectos que habría podido negociar de manera diferente. Estos contratos son muy duros con los productores, pero, al mismo tiempo, en estos tiempos, es muy difícil conseguir un agente de ventas que se encargue de una película.

11. **Dinero del cobro de derechos secundarios** – Cierta cantidad de dinero se abona a sociedades de gestión colectivas para gravámenes sobre soportes vírgenes, retransmisión, uso de música, determinadas interpretaciones o ejecuciones públicas y otros motivos. Las organizaciones, como la *Canadian Retransmisión Collective* (CRC), la *Société Civile des Producteurs de Cinéma et Télévision* (Procirep), la Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (EGEDA) y la Asociación para la Gestión Internacional Colectiva de Obras Audiovisuales (AGICOA), cobran ese dinero y lo pagan a los titulares de los derechos registrados, generalmente por medio de organizaciones especializadas en la supervisión del cobro y desembolso del dinero de derechos secundarios a nivel mundial como la *IFTA Collections* de los Estados Unidos, *Compact Collections* del Reino Unido y *Fintage House* de Hungría. Algunos agentes de ventas (en particular si también actúan como productores ejecutivos) insistirán en recaudar esos importes y tendrán que notificar esos cobros como ingresos brutos.

12. **Entrega** – Será necesario que el contrato especifique cuándo deberá entregarse la película (la fecha límite de entrega) y qué materiales habrán de constituir la entrega (el calendario de entrega). ¿Se realizará la entrega mediante la transferencia física de los materiales al agente o mediante el acceso a los materiales en unas instalaciones de laboratorio convenidas (en el caso de elementos originales, como internegativos para copias de distribución, por ejemplo)? ¿Qué les ocurrirá a los materiales entregados en el momento del vencimiento o rescisión del contrato?

Los calendarios de entrega pueden ser muy detallados y tediosos. Si la película se estrena en cines, la lista de los productos a entregar puede parecer infinita (en particular si la entrega se dirige a un estudio importante). El productor tendrá que trabajar con el agente para elaborar una lista de productos a entregar lo más corta posible y tendrá que especificar con

claridad quién pagará por ello. Generalmente el distribuidor territorial que ha conseguido la licencia de la película, abonará los materiales entregados bajo un contrato de distribución. El productor tendrá que verificar que no se le facturan artículos que le corresponde pagar al distribuidor territorial. Asimismo, si un distribuidor territorial crea pistas en otros idiomas u otros materiales, el productor tratará de obtener acceso gratuito a esos elementos después del vencimiento o la rescisión del contrato de distribución y, en última instancia, del contrato del agente de ventas.

La imposibilidad de que la entrega sea conforme a las condiciones del calendario de entrega puede dar lugar a la rescisión de un contrato de distribución. En el Festival de Cine de Cannes, se concedió una licencia de *Les Ames Fortes* (1992) de Raoul Ruiz a un distribuidor estadounidense y se firmó un memorándum de entendimiento con términos y condiciones de entrega definidos rápidamente. Cuando el distribuidor pidió la entrega de otros productos (la voz en off de un personaje principal y los subtítulos en inglés) en un muy breve período de tiempo, el agente de ventas no pudo entregarlos. El distribuidor declaró que el agente de ventas había incumplido el contrato por no haber realizado la entrega y, a su vez, el agente de ventas demandó al distribuidor por no abonar el anticipo convenido. El Tribunal dictaminó que la solicitud de entrega del distribuidor (una simple aplicación de las condiciones del memorándum de entendimiento) era adecuada, dado que no se había concluido contrato alguno con más detalle en el que se podrían haber fijado límites de tiempo más amplios para la entrega de los materiales (*France Télévision Distribution contra Paramount Classics – Tribunal de Comercio de París, 8 de septiembre de 2004*).

¡Los calendarios de entrega incluyen inevitablemente documentación de la cadena de titularidad! También puede ser necesario un seguro E&O. Tratar de reunir esa documentación después de que la película haya sido finalizada es sumamente difícil, si no imposible.

**13. Derechos de notificación y de auditoría** – Se exige que el agente de ventas notifique los gastos e ingresos de manera regular. También deben encargarse de notificar el estado de avance de sus gestiones, en el caso de que se haya negociado la licencia de la película, y qué esfuerzos están realizando en los territorios en los que la película no se haya vendido. Los informes pueden presentarse una vez al



mes durante el primer año después de que la película haya sido entregada y una vez al año posteriormente durante la vida de la película. Incluso existen acuerdos que especifican que no se emitirá informe alguno si no se debe dinero. Es algo conocido que los agentes de ventas son muy incompetentes a la hora de presentar estados de cuenta a tiempo (o con detalle), por lo que es una buena idea recordarles cuándo deben entregar los estados de cuenta y revisarlos cuidadosamente para asegurarse de que cumplen las condiciones del contrato. El contrato debe especificar qué información debe figurar en los informes, pero, como mínimo, deben incluir una lista de los ingresos y de los gastos con datos relativos a las fuentes (generalmente una lista de los acuerdos de distribución con el territorio, el nombre de la empresa del distribuidor y la cuantía del contrato/pago/saldo adeudado) y los usos (lista detallada de los gastos) de todo el dinero notificado, y un estado final de la posición de la cuenta, el déficit o el importe adeudado que debe transferirse inmediatamente a la cuenta especificada en el contrato.

Los productores siempre deben tener derecho a verificar esos informes. Este derecho de auditoría será limitado, y si la auditoría no descubre omisiones de información importantes (como mínimo el 5%), corresponderá al productor pagar los gastos de la auditoría. Generalmente, el productor tendrá un período limitado de tiempo después de que se haya emitido un estado financiero para solicitar una auditoría (dos años es lo normal). Tras ese periodo de tiempo, el estado financiero no podrá impugnarse salvo que se alegue fraude, en otras palabras que el "error" se cometió de manera intencionada, lo que puede ser muy difícil de probar. Se recomienda que el productor mantenga relaciones amistosas con el agente de ventas y parte de ello consiste en no amenazar con una auditoría cuando existan dudas respecto del estado financiero. El agente de ventas debe manifestarse dispuesto a responder a las preguntas de los productores y explicarles cualquier duda. Por supuesto, si no presentan estados ni devuelven las llamadas telefónicas ni los correos electrónicos, entonces el productor tendrá que recurrir, quizás, a medidas más duras.

El agente de ventas tendrá derechos similares de verificación respecto de los distribuidores territoriales, y si el productor sospecha que la película tuvo mucho mejores resultados en un territorio de lo que sugieren los ingresos, el productor puede solicitar que el agente de ventas investigue la cuestión y que solicite, quizás, una auditoría.

14. **Declaraciones y garantías** – Llegados a este punto, ambas partes habrán hecho muchas promesas, por lo que corresponde, a continuación, que confirmen que pueden cumplir esas promesas. De ello trata esta sección. El productor declara y garantiza que es el titular de los derechos y tiene la autoridad para conceder los derechos al agente, libres de gravámenes o cargas. También prometerán defender y eximir de toda responsabilidad al agente de ventas ante cualquier acción judicial derivada del ejercicio de los derechos otorgados. El productor prometerá realizar los debidos pagos a los gremios (salvo que ello sea una responsabilidad que se haya asignado al agente o que el gremio requiera que el agente asuma en virtud de un “contrato de asunción”, contrato que obliga a una parte diferente al productor originario a asumir la responsabilidad de realizar pagos residuales a los gremios o sindicatos). En general, el productor manifestará con claridad que es jurídicamente el responsable si existe un problema con cualesquiera de los derechos concedidos.

A cambio, el agente de ventas confirmará que es capaz de cumplir debidamente las condiciones del acuerdo. Además, prometerá no violar ninguno de los términos de cualesquiera de los acuerdos subyacentes, suministrados por el productor, y que eximirán de responsabilidad al productor por los problemas derivados de las acciones del agente de ventas que no estén recogidas en las condiciones del acuerdo (si venden un territorio que estaba retenido, por ejemplo; esto suele ocurrir).

15. **Rescisión** – Generalmente, ambas partes tienen muchos motivos por los que pueden rescindir el contrato. Estos pueden incluir distorsiones, la incapacidad de entregar debidamente, la quiebra, la incapacidad de cumplir con determinados objetivos de ventas previamente negociados, la no emisión de estados de cuenta o el impago de importes adeudados. En general, a la parte que rescinde se le ofrece la posibilidad de “subsana” el incumplimiento del contrato. Si el incumplimiento no se subsana en un período de tiempo especificado, entonces la rescisión será efectiva.

La rescisión suele producirse únicamente cuando ambas partes están muy disgustadas, lo que da lugar a una acción legal por una o ambas partes. No debe tomarse a la ligera y sólo debe llevarse a cabo si el resto de las soluciones ha fallado y, en este caso, sólo en consulta con el asesor jurídico. Una parte puede ser considerada responsable de daños y perjuicios adicionales basados en una rescisión indebida. La experiencia puede resultar mucho más costosa de lo que al principio parecía.

16. **Solución de controversias** – Se debe incluir la elección del foro, como los tribunales o un mecanismo de solución extrajudicial de controversias, por ejemplo mediación y/o arbitraje. Instituciones como la OMPI y la IFTA proporcionan procedimientos especializados de solución extrajudicial de controversias, así como cláusulas tipo para la solución de controversias que las partes pueden utilizar en sus acuerdos (véanse las cláusulas contractuales tipo de la OMPI y los acuerdos de sometimiento en el Anexo III del presente documento). Estas cláusulas deben indicar, en particular, la autoridad y la jurisdicción competentes, incluida la legislación aplicable que controla el contrato entre las partes, así como el lugar de arbitraje y/o mediación. Asimismo las partes podrían establecer un límite para daños y perjuicios con objeto de fijar el techo del riesgo de responsabilidad potencial. Esto se trata con más detalle en el capítulo 5 a continuación. Esta cuestión se examina con más detalle en el capítulo 5 a continuación. Las controversias derivadas de los contratos de agentes de ventas son muy corrientes y más difíciles de ganar para el productor. Generalmente, el agente es una empresa establecida con recursos para defenderse o está actuando expresamente de manera incorrecta basándose en años de experiencia, lo que hará casi imposible que el productor pueda incluso llevar el asunto a una audiencia. En general, lo máximo que puede esperar el productor es la devolución de los derechos de su película. En este caso, es probable que la película ya sea considerada como mercancía dañada y será difícil encontrar otro agente de ventas o tratar de distribuir la película de cualquier otra forma.

17. **Firmas** – Nunca olvide que todos los documentos tienen que contar con las firmas pertinentes.

b) Acuerdo de distribución territorial

El agente de ventas (y posiblemente el productor, en particular en el país de origen de la película), sea en su propio nombre sea como agente del productor, concederá los derechos de distribución en un territorio o en varios territorios a un distribuidor mediante un contrato que es muy similar al acuerdo de la agencia de ventas anteriormente mencionado. Adjunto como el Anexo I, se incluye un ejemplo de contrato de distribución territorial.

A continuación se indican las diferencias principales en los contratos.

1. **Territorio** – Dado que este acuerdo atañe a una zona geográfica limitada y/o a derechos lingüísticos limitados, es fundamental especificar y comprender

exactamente qué derechos se otorgan. Esto suena más fácil de lo que es. Cuando se otorgan derechos del Benelux (Bélgica, Países Bajos, Luxemburgo), se pueden incluir o no los derechos de los francófonos. Por ejemplo, el francés se habla en algunas partes de Bélgica, pero estos derechos a menudo están incluidos en el contrato de distribución francés, que puede incluir o no los países africanos francófonos. La IFTA publica una lista sugerida de definiciones de territorio como parte de sus acuerdos de distribución normalizados. Esta lista ha sido adoptada, en general, como la norma de la industria pero es mejor ser muy específico.

2. **Derechos concedidos en exclusiva** – Algunos contratos atañen a todos los derechos, incluido el estreno en sala, la publicación en DVD y en plataformas de vídeos a la carta (VOD). Algunos pueden ser solamente para distribución televisiva. En general, los períodos de vigencia son más cortos en los acuerdos de distribución territorial que en los acuerdos de agente de ventas, pero varían mucho entre territorios. La mayoría de los agentes de ventas son muy hábiles a la hora de limitar los derechos incluidos en un contrato y de limitar el período de vigencia. La mayoría de derechos derivados: el derecho a producir una secuela, un remake, una novelización y la comercialización no deberían incluirse, así como tampoco el derecho a obtener recursos complementarios de agencias de cobro de derechos secundarios. Sin embargo, se suele incluir el derecho a conceder licencia de películas posteriores cuando se produzcan (secuelas). Los derechos no otorgados explícitamente deberían reservarse para evitar confusión.

3. **Obligaciones del distribuidor** – Se requiere casi siempre que el distribuidor territorial abone un anticipo, emita informes y pague regalías. También están obligados a respetar las retenciones; no pueden estrenar con anterioridad al estreno en el país de origen o con anterioridad a la aparición de la película en un festival de cine, por ejemplo, y quizás, lo que es más importante, no pueden publicar la película en DVD, televisión o Internet con anterioridad a la expiración de los períodos de retención para evitar perjudicar otros mercados.

El distribuidor también puede comprometerse a estrenar la película en las salas de cine en una fecha determinada y a gastar una cantidad mínima en la promoción de la película. Estos importes se establecen generalmente mediante negociación y se controlan estrictamente.

4. **Obligaciones del agente de ventas** – El agente de ventas se compromete a entregar la película específica que ha vendido. Esto significa que todos los elementos,

incluidos el reparto, el director, el presupuesto aproximado, el guión y, si procede, el tamaño de la sala de cine en el país de origen deben ser “como se ha anunciado”. También debe comprometerse a entregar la película en una determinada fecha. Los cambios deben negociarse y deben ponerse por escrito y pueden suponer una reducción (o un aumento; aunque esto es poco habitual) de las condiciones financieras del acuerdo.

5. **Distribución de los ingresos brutos** – Contrariamente a la sencilla fórmula utilizada para la distribución de los ingresos brutos por el agente de ventas, los acuerdos territoriales contienen a menudo fórmulas muy complejas para calcular cómo se repartirán las ganancias. Cada uno de los medios de salida al mercado (desde las salas de cine hasta Internet) tendrá una fórmula diferente para compartir ingresos. Éstas son quizás las más comunes:

- Salas de cine – Después de la recuperación de los costos del estreno, todos los ingresos se dividen al 50%.
- DVD – Ninguna recuperación de los gastos. El distribuidor retiene el 80-90% para cubrir gastos y su remuneración de distribución y el resto va para el agente de ventas.
- TV – Sin gastos, el 30% corresponde al distribuidor y el resto al agente de ventas.
- Internet – Esto puede variar, pero aproximadamente un reparto de 60/40 de los ingresos del distribuidor (que son normalmente el 50% del precio del consumidor).

6. **Gastos** – Algunos de los gastos más habituales en los que incurren los distribuidores además del anticipo, son los costos de los materiales de entrega, subtitulación, doblaje, copias de explotación o creación de elementos de la obra cinematográfica en forma digital, costos de publicidad, impuestos (la mayoría de los impuestos no pueden considerarse gastos; es necesario que se especifiquen pero podrían incluir los impuestos de retención y los impuestos de taquilla), masterización (grabación) de DVD y su codificación para canales de televisión e Internet. El agente de ventas es el encargado de supervisar estrechamente esos gastos y asegurarse de que se respetan los topes de gasto y de que, si es necesario, se realizan auditorías.

7. **Pagos** – Generalmente, los pagos se realizan en una cuenta de cobro en lugar de en una cuenta controlada por el agente de ventas. Se suele realizar un depósito (10-20%) tras la firma del acuerdo y el saldo se abona en una determinada fecha, pero siempre con anterioridad a la entrega de los materiales originales.

8. **Entrega** – Una vez más, los requisitos pueden ser complejos, pero entre los demás elementos importantes están los elementos originales, el trailer, los elementos artísticos y otros elementos físicos. Los distribuidores esperan recibir documentación, en particular la cadena de titularidad, las obligaciones en materia de créditos (dado que elaborarán materiales de promoción, necesitan saber qué normas tienen que seguir con respecto a los títulos de crédito otorgados al equipo artístico), las hojas de localización de bloques musicales (necesaria para la distribución de recopilaciones de música con derechos secundarios), el certificado de nacionalidad en algunos casos, y el registro del derecho de autor (según lo que examinaremos a continuación, que puede ser un proceso muy fácil pero que no confirma la titularidad del derecho de autor). Por supuesto, se pueden pedir otros documentos y, algunas veces, incluso es posible que el distribuidor quiera que se le nombre como asegurado suplementario en la póliza de seguro de errores y omisiones (E&O).

En la mayoría de los demás aspectos, el acuerdo de distribución territorial es muy similar al acuerdo de la agencia de ventas.

### 3.4 Otros contratos / Documentos que se deben conocer

En este capítulo se han examinado hasta el momento algunos de los acuerdos más importantes, pero la producción, la distribución y la financiación de las películas puede entrañar una diversidad abrumadora de documentos. Los productores y los distribuidores pueden tener una larga carrera saludable sin haber visto nunca ningún otro contrato a excepción de los ya examinados. Sin embargo, es importante ser consciente de esos otros contratos y documentación.

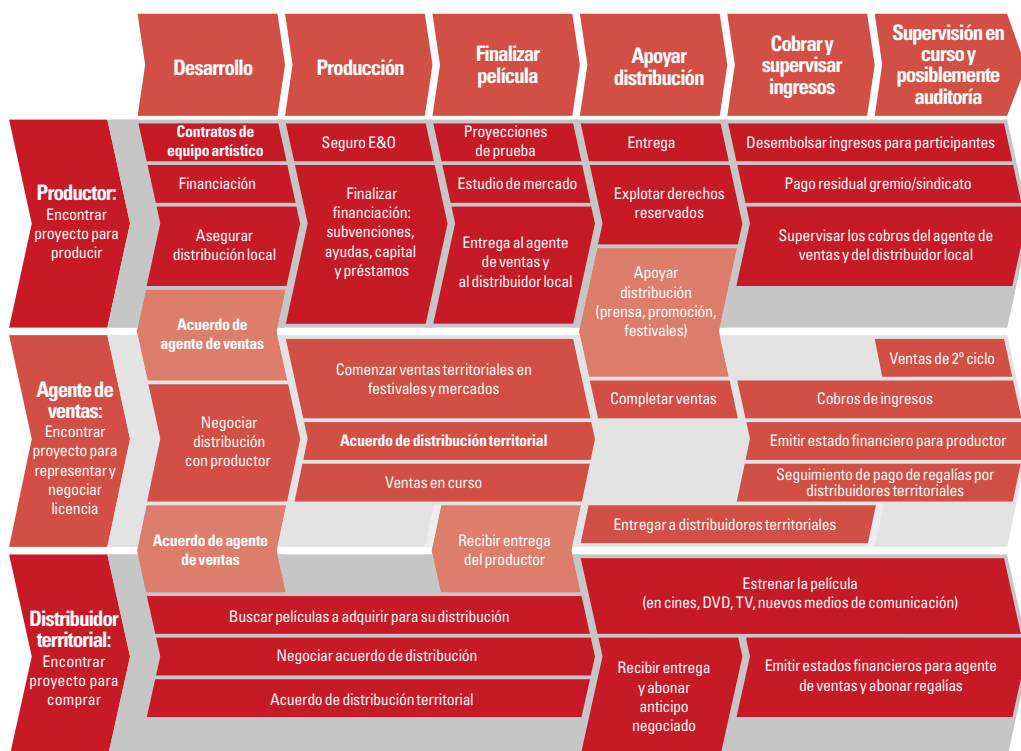
- **Certificado de autoría** – Un documento que confirma los datos de los autores y el hecho de que son, verdaderamente, los autores del material.
- **Certificado de origen** – Un documento emitido por la autoridad gubernamental competente en una jurisdicción que certifica que la obra es una producción cualificada de esa jurisdicción.
- **Acuerdo de seguridad** – Un acuerdo exigido por las entidades con un participación financiera en los ingresos de una obra que les otorga un interés sobre el derecho de autor hasta que sean reembolsados o a perpetuidad en el caso de determinadas obligaciones vigentes, tales como los pagos residuales a las asociaciones y, posiblemente, a los participantes en beneficios.

- **Acuerdo de distribución video doméstico/DVD** – Idéntico al acuerdo de distribución examinado anteriormente, pero limitado a la distribución de copias físicas de una película para uso personal por los consumidores. Generalmente, esos contratos especifican que se puede incluir cualquier formato (DVD, Blu-ray, VHS u otros formatos que se creen en el futuro). El acuerdo debe especificar con claridad cómo se contabilizarán los ingresos y los costos, dado que los costos pueden constituir una parte significativa de los ingresos potenciales (a menudo el 50%). La tarifa de regalías suele basarse en un porcentaje de los ingresos brutos (variando entre el 10% y el 30% según el territorio, la estructura de costos local y los precios mayoristas).
- **Acuerdo de distribución de televisión** – Idéntico al contrato de distribución examinado anteriormente, pero limitado a los derechos de televisión, que suelen incluir datos más específicos relativos al número de canales de televisión permitidos y el método exacto de difusión (transmisión, cable o satélite).
- **Acuerdo de distribución de nuevos medios de comunicación** – Un acuerdo de distribución especializado que establece los parámetros para la distribución de una obra a través de Internet u otros medios de comunicación no tradicionales. Se trata de contratos que evolucionan y requieren un mayor grado de entendimiento y control para asegurarse de que los derechos son transferidos/retenidos/explotados debidamente. Véase el examen de las cuestiones relacionadas con la concesión de licencias sobre esos derechos que figuran en el capítulo 1, en el apartado sobre nuevos medios de comunicación.
- **Contrato de préstamos bancario** – Los préstamos bancarios pueden ser sumamente complejos y requieren un gran número de documentos, comenzando por un contrato de préstamo que estipulará todos los términos y condiciones del préstamo: las comisiones, los tipos de interés, las condiciones de amortización, las condiciones del productor y otras responsabilidades de las partes.
- **Acuerdo entre partes** – Forma parte de la documentación del préstamo bancario por el que las partes en el préstamo (productores, agentes de

ventas, distribuidores, bancos, financieros y posiblemente otros, como los socios de producción) aceptan todas las condiciones de explotación, titularidad, seguridad, cobros, desembolsos y pago de las obligaciones en materia de derecho de autor de las asociaciones.

- **Notificación de cesión (NOA, por su sigla en inglés)** – Un documento redactado por un distribuidor en el que se certifica que todos los ingresos serán abonados en una cuenta destinada a tal fin.
- **Acuerdo de gestión de cuenta de cobro (CAMA, por su sigla en inglés)** – En general, todas las partes con participación financiera en una producción aceptarán abrir una cuenta de cobro en la que se depositarán todos los ingresos y de la que se desembolsarán los ingresos de conformidad con las condiciones del CAMA.

**Gráfico: Cronograma: Acuerdos y responsabilidades**



Este gráfico resume muchos de los conceptos básicos abordados en la presente publicación organizados en un formato de cronograma con las funciones de productor, agente de ventas y distribuidor territorial. El gráfico menciona asimismo una serie de acuerdos que las partes formalizan en cada etapa del proceso.



## CAPÍTULO 4

### PROCEDIMIENTOS DE AUTORIZACIÓN DEL DERECHO DE AUTOR

Para obtener la autorización de utilizar material protegido por derecho de autor en una película, el productor debe contar con una cesión válida (firmada por el propietario del derecho de autor) de ese derecho de autor. Los pagos exigidos, si los hubiere, deben ser realizados en virtud de esos contratos. A continuación se incluye una lista de cuestiones que un abogado deberá abordar cuando desee confirmar que se han obtenido todas las autorizaciones necesarias en la medida esperada en muchos países. En algunos casos en los que es posible que no haga falta un contrato, el productor puede necesitar obtener un dictamen por escrito de un abogado confirmándolo. Esto será necesario para obtener el seguro E&O que puede ser exigido para la explotación internacional por los agentes de ventas y distribuidores territoriales. Aunque es preferible que todos los productores cumplan estas estrictas directrices, eso no siempre es posible ni práctico. Puede ser posible obtener un seguro E&O con nivel aceptable sin seguir estrictamente esos procedimientos.

#### 4.1 Registro del derecho de autor

Una de las cosas que los distribuidores pueden hacer para verificar la titularidad del derecho de autor, es consultar los Registros de Derecho de Autor, cuando existan. En la mayor parte del mundo (y en todos los países signatarios del Convenio de Berna), no existe ningún requisito oficial para registrar la titularidad del derecho de autor. El derecho de autor existe desde el momento en el que la obra original se fija en un medio o soporte tangible.

Algunos países cuentan con sistemas para registrar la titularidad, la transferencia o la cesión del derecho de autor. Esos sistemas son de calidad y utilidad variables. Uno de los más sencillos de utilizar es el sistema del gobierno estadounidense, que está abierto a las obras de todo el mundo ([www.copyright.gov/forms/](http://www.copyright.gov/forms/)). Un titular de derecho de autor puede presentar un formulario CO en línea, abonar una tarifa de 35 dólares EE.UU. y su reivindicación de titularidad estará registrada. Esto no es una garantía de que la reivindicación es válida o de que no pueda ser puesta en tela de juicio, pero es buen punto de partida. Otros gobiernos tienen procedimientos de registro similares, y algunos abogados recomiendan registrar la titularidad en tantos

lugares como sea posible. Como mínimo, los distribuidores y productores deben presentarlo en su país de origen y en los Estados Unidos de América.

Estos sistemas solo son útiles hasta cierto punto y con frecuencia ofrecen información obsoleta o incluso errónea. Por ejemplo, una investigación reciente en la página Web del registro estadounidense ([www.copyright.gov/records/](http://www.copyright.gov/records/)) indicó que el derecho de autor sobre una determinada película eran propiedad de una empresa que ya no existe y estaba supeditado a un derecho de retención bancario mantenido por un banco que cerró hace varios años. Los nuevos titulares (un conglomerado que posee miles de derechos de películas) no transfirieron el registro cuando compraron la otra empresa y el banco que poseía el derecho de retención no se tomó la molestia de actualizar los registros para indicar que ese derecho ya no existía. Esto no significa que el sistema sea inadecuado sino que la información no siempre está actualizada ni tiene la precisión que debería.

En Francia, existe un sistema de registro específico obligatorio, el registro público de películas y transmisiones – RPCA ([www.cnc-rca.fr](http://www.cnc-rca.fr)), gestionado por el CNC (Centre Nationale du Cinéma et de l'Image Animée). Aunque no es necesario para que exista el derecho de autor, ese sistema existe en Francia desde el momento de su creación. El RPCA facilita información exhaustiva relativa a las películas registradas y ha creado un sistema original de inversión basado en la cesión de ingresos futuros. Al igual que un registro hipotecario, este registro publica escrituras, contratos y leyes relativas a la producción, así como información sobre distribución y representación. Tanto el productor como el distribuidor pueden registrar la película. Por ejemplo, *Harry Potter y las reliquias de la muerte Parte 1* dirigida por David Yates, fue registrada el 4 de noviembre de 2010 por Warner Bros., y se le asignó el n° 127998 basándose en el acuerdo de distribución entre Warner Bros. Pictures International y Warner Bros. Entertainment France. Desde que fue registrada públicamente en el RPCA, este contrato, así como toda otra información pertinente sobre la película está a disposición del público.

De este modo, los distribuidores tienen fácil acceso a los elementos del CDT en la medida en que el productor haya registrado debidamente y sin dilación los acuerdos que el distribuidor desea consultar para adquirir los derechos. Por una tarifa mínima, incluso puede solicitar copias en papel. El RPCA no juzga la validez del registro, pero permite que los contratos registrados tengan un efecto vinculante para otras partes interesadas. En un litigio, se da prioridad generalmente al registro que sea anterior.

Durante el proceso de registro, es posible que un distribuidor o un productor descubran que la obra ya ha sido registrada por otra parte y que será necesario impugnar ese registro y probar la propiedad. Si una película se convierte en un éxito internacional, generalmente habrá de ser doblada en varios idiomas y probablemente el título se cambiará. Las solicitudes de derecho de autor deben incluir todos los títulos por los que la película pueda ser identificada en cualquier parte del mundo.

El registro en organizaciones no gubernamentales y asociaciones (la *Writers Guild of America* proporciona un servicio para el registro de guiones al igual que el SACD de París), en organizaciones de productores o incluso ante abogados privados proporcionará una prueba aceptable de la fecha de creación de una obra o una prueba de autoría. Diversas organizaciones todo el mundo están examinando la posibilidad de establecer un sistema de registro mundial que pueda ofrecer un nivel complementario de prueba de propiedad. Por ahora, lo mejor que se puede hacer es registrar la propiedad del derecho de autor en tantas entidades y en tantos países como sea posible y asegurarse de que la propiedad pueda ser demostrada si es impugnada.

Entre las diversas iniciativas de registro, los organismos internacionales han comenzado a ofrecer números internacionales de identificación de los títulos (ISIN por su sigla en inglés) para obras audiovisuales. Estos números se incorporan a la obra (de una manera no visual, que suele denominarse “marca de agua”) y proporcionan una forma reconocida internacionalmente de identificar una obra única. Estos números no identifican al titular del derecho de autor y no son una prueba de la propiedad; sin embargo, facilitan el trabajo de identificar versiones en varios idiomas y bajo diversos títulos.

## **4.2 Informes sobre derecho de autor y otros requisitos de E&O**

Lo ideal sería que el productor tenga archivos que incluyan todos los elementos mencionados a continuación los cuales serán revisados y confirmados por un proveedor de seguros E&O quien sin dilación y a un bajo precio emitirá la póliza. Aunque en pocas ocasiones este proceso es tan sencillo, si el productor está bien encaminado y posee la documentación básica, no debería ver recusada su titularidad del derecho de autor de la obra ni su capacidad para ceder los derechos de distribución y obtener los ingresos.

- **Informe de derecho de autor/Informe de autorización/Dictamen sobre autorización** – Se trata de los informes que generalmente emiten los bufetes de abogados u otras entidades especializadas que facilitan datos relativos a otros registros/usos del material protegido por derecho de autor, así como a la debida cesión de los derechos a la producción. Esos documentos están acompañados generalmente de un dictamen sobre la autorización basado en los datos proporcionados por un bufete de abogados especializado en el tema. Juntos, el informe y el dictamen confirmarán que el derecho de autor sobre el material subyacente ha sido autorizado para la utilización a nivel mundial de la obra creada. Estos informes confirmarán que las transacciones de los derechos han sido debidamente documentadas y registradas en los registros gubernamentales pertinentes.
- **Informe del título/Dictamen** – Se trata de un informe que facilita datos sobre otros usos del título de la película o de palabras específicas en el título que pudieran constituir la base de una reclamación en el futuro contra la película por disponer del fondo de comercio creado por otra obra. Un abogado especializado en ese tema utilizará esa información para determinar si el título realmente infringe otros derechos en películas, libros, canciones u otras obras. Después emitirá un dictamen en el que indicará si existen motivos o no para preocuparse por la posibilidad de un conflicto. Recuerde que el título de una obra no está protegido por derecho de autor, sólo la obra misma está protegida. En muchos casos, puede ocurrir que otras obras utilicen el mismo título, pero eso no crea necesariamente un conflicto suficientemente importante como para suscitar preocupación, dado que no existe ninguna posibilidad de que el público confunda una obra con otra. En general, no habrá problema alguno a menos de que con el título se trate intencionalmente de confundir o de inducir al público a error haciéndole pensar que existe una relación con otra obra o producto con el mismo nombre o título.
- **Acuerdos por escrito sobre derechos y exenciones** – Debe haber acuerdos firmados con todos los autores, así como con otros agentes, incluidos actores y otros creadores (en particular los diseñadores de vestuario y los escenógrafos). También es necesario confirmar que esos acuerdos están plenamente vigentes (que el período de vigencia no ha expirado y que todas las obligaciones, incluidas las obligaciones ante

la asociación/el sindicato han sido abonadas). Algunos de los acuerdos tomarán la forma de exenciones para el uso específico de interpretaciones o ejecuciones u otras creaciones que puedan estar protegidas por derecho de autor o de marca.

- **Confirmación de derechos sobre materiales de base** – En algunas circunstancias, y siempre que la obra se base en hechos históricos o en material protegido previamente por derecho de autor, deberá haber una confirmación suplementaria de que se han obtenido todas las autorizaciones y aceptaciones necesarias.
- **Evitar problemas con nombres propios y números de teléfono** – Debe demostrarse con claridad que todos los nombres personales y la información de identificación personal son ficticios y que no están basados en ningún elemento identificable. En los Estados Unidos de América, todos los números de teléfono utilizados en películas contienen los números “555” después del código de área para asegurarse de que ningún número coincide. Por supuesto, es importante extender esta ficción a las direcciones de correo electrónico y URL.
- **Productos de marca, incluidos establecimientos minoristas, obras de arte identificables, arquitectura y diseño de libros** – Si existe una imagen identificable diseñada por otra persona, puede existir una preocupación respecto de la propiedad intelectual. Esto puede incluir logotipos, el diseño de un escaparate, artes plásticas, un diseño arquitectónico que desempeña un papel integral en la obra o incluso portadas de libros. Siempre es mejor equivocarse siendo precavido y evitar su utilización o pedir autorización. El hecho de no obtener esa autorización podría hacer imposible conseguir el seguro E&O.
- **Ubicación** – Deben obtenerse autorizaciones específicas si el rodaje se realiza en un lugar identificable. Raras veces es una preocupación importante para la autorización de derechos, salvo que la ubicación sea una propiedad privada e identificada.
- **Todos los contratos, exenciones, etc.** deben especificar explícitamente la concesión del derecho y que los derechos se conceden en todos los medios

de comunicación a perpetuidad, donde y cuando proceda. Los derechos obtenidos deben ser tan amplios como sea posible dependiendo de la situación, es decir, derecho a revisar, reproducir, comercializar, promocionar, utilizar en obras derivadas, obtener licencia para clips, publicar una grabación de la banda sonora, etc.

- **Las licencias de obras musicales** deben estar debidamente documentadas y deben obtenerse todos los derechos necesarios sobre la música, según lo mencionado anteriormente.
- **Todas las licencias de clips** deben confirmar que todos los derechos subyacentes de los clips han sido debidamente documentados y siguen estando plenamente vigentes.
- También se debe obtener autorización para el **derecho de privacidad y el derecho de publicidad** de un tercero, especialmente para películas basadas en historias reales o biografías. Es posible que sea necesario obtener autorizaciones por escrito de personas que puedan ser identificadas en la película o cuyo nombre o imagen se utiliza o es identificable. Es importante confirmar que ningún elemento constituye difamación, invasión de la vida privada o violación del derecho de publicidad. En general, el derecho de privacidad significa que una persona puede esperar que nadie utilice sus datos personales sin su permiso. El derecho de publicidad significa que el nombre y la imagen de una persona no pueden ser utilizados de forma comercial para promocionar un producto (incluida una película). Las figuras públicas descritas con exactitud normalmente no pueden reivindicar el derecho de privacidad (al menos, por su comportamiento público), aunque tienen el derecho de publicidad. Estos derechos y su aplicación varían grandemente según las jurisdicciones.
- **Todo lo demás** – Siempre hay cuestiones que son poco habituales pero que deben estar incluidas: confirmación de que el material no procede de una fuente que no ha sido reconocida ni acreditada, confirmación de que ningún animal ha sido dañado ni ningún ser humano ha sido sometido a un tratamiento que viole sus derechos humanos o su bienestar (en particular, los niños) y, finalmente, que no existe ninguna información complementaria que no se haya dado a conocer.

La obra se someterá a un cribado final por parte de la aseguradora o del agente de seguros con anterioridad a la aceptación del seguro para confirmar que se ha cumplido debidamente todo lo anteriormente mencionado. Por supuesto, es posible que el productor nunca trate de obtener el seguro E&O, pero los productores deben esforzarse por utilizar las mejores prácticas no sólo para evitar posibles pleitos sino también para acreditar y compensar debidamente a otros titulares de la propiedad intelectual incluida en la obra.

## CAPÍTULO 5

### SOLUCIÓN DE CONTROVERSIAS

Todas las transacciones comerciales pueden ser objeto, en algún momento, de desacuerdos, incumplimientos o algo peor. La industria del cine no es ninguna excepción. Las controversias relativas a películas pueden tener efectos muy perniciosos en los calendarios de distribución y los presupuestos. Pueden afectar gravemente a las asociaciones fructíferas y deshonorar reputaciones. Si no se resuelven debidamente en una instancia eficaz, esas controversias pueden ser largas y muy costosas, en particular en el caso de una película, dado que puede perder valor debido a la piratería y a otros peligros del mercado.

La naturaleza internacional de las controversias relativas a películas hace que no solamente su solución sino también la ejecución de las resoluciones contra la parte infractora sean más complicadas. De ahí que sea importante analizar todas las opciones de solución de controversias disponibles y escoger un mecanismo apropiado y eficaz que se adapte a las necesidades de las partes. Existen diversas opciones disponibles para la solución de controversias que serán examinadas en este capítulo.

#### 5.1 Procedimiento judicial

##### 5.1.1 Nociones básicas del procedimiento judicial

Las partes pueden indicar en su contrato de distribución que las controversias que puedan surgir se resolverán mediante procedimiento judicial. Ahora bien, cuando las partes hayan introducido una cláusula que haga referencia a la solución extrajudicial de controversias en su acuerdo de distribución, el procedimiento será diferente. Sin embargo, cuando las partes no han introducido una cláusula que haga referencia a una forma extrajudicial de resolver las controversias o a procedimientos judiciales, y si no pueden llegar a un acuerdo respecto del mecanismo de solución extrajudicial de las controversias que hayan surgido en una etapa posterior, será necesario recurrir al arbitraje de un tribunal competente.

El procedimiento judicial puede ser una instancia idónea para una serie de controversias. Por ejemplo, puede ser necesario recurrir a los tribunales si existe una



controversia que no pueda ser solucionada mediante arbitraje o mediación (p.ej.: si se alega fraude penal). Asimismo, en aquellos casos en los que una parte haya actuado de forma evidente de mala fe o en los que se pretende establecer un precedente público, resulta más eficaz resolver la cuestión ante un tribunal.


En general, el procedimiento judicial requerirá los servicios de abogados que conozcan las complejidades de la litigación y el sistema jurídico aplicable. La decisión del tribunal es vinculante y ejecutable en la jurisdicción en la que se dictamine.

### 5.1.2 Legislación y jurisdicción aplicables

Las partes deben convenir la legislación aplicable al acuerdo de distribución. Esa elección se hace constar generalmente en el acuerdo de distribución. Por ejemplo, si un productor ruso concede licencias sobre derechos de distribución a un distribuidor estadounidense, las partes pueden decidir que la legislación aplicable es la estadounidense (en general y específicamente la legislación de California). Si un distribuidor turco adquiere los derechos de distribución de DVD a una biblioteca cinematográfica de un estudio francés, las partes pueden convenir en que se aplique al contrato la legislación francesa. Por supuesto, cada parte tratará de utilizar el sistema más favorable para sí y, en esta etapa, es importante comprender con claridad por qué un sistema puede ofrecer más ventajas que otro.

Una vez que las partes se hayan puesto de acuerdo sobre la legislación aplicable, tendrán que decidir ante qué jurisdicción someterán las posibles controversias. La mayoría de las veces, será la jurisdicción de la parte firmante cuya legislación es aplicable al contrato. En algunos países se puede someter la controversia a jueces de la sección especializada en derecho de autor del tribunal competente. La controversia se presentará ante todo ante un tribunal de primera instancia, tras lo cual se podrá apelar a un tribunal superior y, en algunos casos, podría ser examinada por el tribunal local de última instancia, que se pronunciará sobre esta cuestión de manera definitiva.

En determinadas jurisdicciones, la práctica generalmente admitida en la distribución de películas se basa en sentencias previas del Tribunal Supremo. Puede resultar útil para los productores y los distribuidores, sean de Estados Unidos, Francia, Marruecos o Singapur, estar familiarizados con estos precedentes. Por ejemplo, el Tribunal Supremo francés dictaminó para dos películas de Hayao Miyazaki (*Porco Rosso* (1992) y *Mi vecino Totoro* (1988)) que, si un distribuidor acepta firmar un acuerdo



con el titular de los derechos de una película, debe estar dispuesto a examinar las condiciones del estreno en cines y la posibilidad de permitir un acuerdo de distribución mundial con un tercero (*Ucore contra Europictures Distribution* – Tribunal Supremo francés, 27 de mayo de 1997).

Los precedentes también ayudan a las partes a comprender cómo determinados términos del contrato funcionan en la práctica. Por ejemplo, si un distribuidor acepta una remuneración de distribución (comisión) del 40% de los ingresos brutos se deben incluir posibles comisiones a subdistribuidores (*Procidis contra AAA* – Tribunal Supremo francés, 13 de febrero de 1996). Estos contratos también pueden incluir límites sobre los gastos que deben ser respetados aunque haya gastos complementarios de subdistribución. En *Les Yeux Secs* (2003) de Narjiss Neijar, una coproducción francesa/marroquí, el distribuidor tenía derecho a una comisión y a recuperar sus gastos en copias y publicidad hasta el máximo de 61.000 euros con los primeros ingresos. Cuando el distribuidor trató de facturar a los productores gastos por encima de ese importe, el tribunal dictaminó que los gastos que superaran el límite acordado necesitarían contar con el consentimiento por escrito de las partes. El distribuidor no pudo recuperar los gastos por encima del límite y se le ordenó abonar regalías de conformidad con el contrato original a los productores por un importe de 73.397,39 euros (*Terre Sud Films contra Pierre Grises Distribution* – Tribunal Supremo francés, 6 de febrero de 2007).

### 5.1.3 Desventajas del procedimiento judicial

A diferencia del arbitraje, la decisión de un tribunal no es definitiva, salvo que se trate del tribunal de última instancia, y suele ser posible apelar la decisión ante un tribunal superior. Esto puede llevar a procesos judiciales largos y costosos. En controversias internacionales sobre películas que conciernen a varios países, el procedimiento judicial puede presentarse ante tribunales nacionales en todas las jurisdicciones pertinentes. Dado que no existe ningún contrato internacional armonizado sobre películas y derechos de distribución, esos procedimientos judiciales plurijurisdiccionales pueden llevar a decisiones judiciales contradictorias. Asimismo, el procedimiento judicial generalmente es público y termina con una parte ganadora y otra parte perdedora. Esto puede interferir en las relaciones comerciales a largo plazo y no constituir una solución adecuada para las partes. Otra dificultad es que los jueces rara vez están especializados en derechos sobre películas y distribución y no conocen necesariamente las realidades del mercado.


Por último, puede haber dificultades para la aplicación internacional, ya que actualmente no existe ningún instrumento internacional que permita la ejecución efectiva de sentencias judiciales extranjeras, a diferencia del arbitraje en el que dicho instrumento existe.

## **5.2 Solución extrajudicial de controversias**

### **5.2.1 Nociones sobre los mecanismos de solución extrajudicial de controversias**

Habida cuenta de las desventajas de los procedimientos judiciales, cada vez más las partes deciden actualmente resolver sus controversias mediante una solución extrajudicial de controversias. Por solución extrajudicial de controversias se hace referencia a una serie de métodos para resolverlas, tales como la mediación, el arbitraje y la decisión de expertos, que permiten a las partes el recurso a un foro flexible y privado. Este método es un procedimiento consensuado, lo que significa que, para poder utilizarlo, las partes tienen que estar de acuerdo en presentar sus controversias ante ese foro. Esto es posible si se introduce una cláusula al respecto en el acuerdo de distribución en la que se prevea que cualquier controversia que pueda surgir en el futuro en relación con ese contrato sea resuelta mediante un mecanismo de solución extrajudicial de controversias. Si no existe esa cláusula en el contrato, las partes pueden concluir un acuerdo al respecto, y someter la controversia a esa solución extrajudicial. Varias instituciones tienen modelos de cláusulas y acuerdos de sometimiento que las partes pueden utilizar (véase el ejemplo de las cláusulas de la OMPI en el apartado 5.3).

En los procedimientos de solución extrajudicial de controversias, el principio general es que las partes pueden elegir la legislación aplicable. Esta elección puede expresarse en la cláusula relativa a la solución extrajudicial de controversias o en el acuerdo de sometimiento. Mientras que en el arbitraje, el árbitro decide en base a la legislación aplicable, en la mediación, las partes normalmente basan sus acuerdos en intereses comerciales y opciones prácticas en lugar de en la legislación nacional. En la solución extrajudicial de controversias, las partes también pueden escoger el lugar. Es importante señalar que la sede o lugar del arbitraje es un concepto jurídico que determina las normas procesales de la legislación que se declare aplicable al arbitraje, la nacionalidad del laudo y los poderes que los tribunales tienen en el lugar de arbitraje (por ejemplo, las medidas intermedias mientras el caso está siendo arbitrado). Sin



embargo, las partes tienen la libertad de realizar audiencias físicas y reuniones en otro lugar que no sea el lugar de arbitraje si es más cómodo para ellas.

El mecanismo de solución extrajudicial de controversias se ha vuelto cada vez más popular ya que normalmente es menos costoso y más rápido que los procedimientos judiciales. En lugar de presentar varias acciones judiciales en todos los países de que se trate, las partes pueden resolver un litigio internacional mediante un único procedimiento de solución extrajudicial de controversias. Asimismo, las partes pueden escoger como mediador, árbitro o perito a una persona que tenga experiencia en derechos sobre películas y distribución, así como en controversias en la industria del espectáculo. La solución extrajudicial de controversias es también un proceso neutral, especialmente importante en controversias que afectan a partes de diferentes jurisdicciones. Se trata de un mecanismo flexible y ofrece a las partes el control del proceso. Los procedimientos de solución extrajudicial de controversias son generalmente confidenciales, lo que permite a las partes centrarse en las cuestiones en litigio y preservar sus relaciones profesionales.

### 5.2.2 Mediación

En la mediación, un intermediario, el mediador, ayuda a las partes a resolver su controversia, orientándolas para que puedan determinar sus intereses y llegar a un resultado mutuamente satisfactorio que suele consistir en una solución empresarial práctica. El centro de atención en los intereses empresariales ayuda a lograr soluciones *win-win* en las que todos ganan y que permiten a las partes preservar su relación o crear la base para una nueva colaboración. El mediador no puede imponer ninguna decisión a las partes.

La mediación normalmente da lugar a un acuerdo, que tiene la fuerza de un contrato. Puede estar combinada con el arbitraje u otros procedimientos de solución extrajudicial de controversias y, en la mayoría de los casos, se intenta durante o después de un procedimiento judicial.

### 5.2.3 Arbitraje

El arbitraje es un procedimiento por el cual se somete una controversia, por acuerdo de las partes, a un árbitro o a un tribunal de varios árbitros que dicta una decisión sobre la controversia que es vinculante para las partes. El arbitraje es un

procedimiento más formal que se lleva a cabo dentro de un marco de normas, incluido el Derecho sustantivo aplicable y el Derecho procesal aplicable al arbitraje. El arbitraje vinculante termina generalmente con una decisión que tiene fuerza ejecutiva, el laudo arbitral. Aunque el arbitraje es comúnmente más rápido y menos costoso que un juicio en un tribunal, puede implicar costos considerables, dado que, por lo general, requiere mucho trabajo por parte de abogados especializados no solamente en las cuestiones a tratar sino también en arbitraje. De ahí que sea importante buscar mecanismos de arbitraje eficaces, como el arbitraje acelerado de la OMPI para el sector del cine y medios de comunicación, que se expone en el apartado 5.3 a continuación.

Los laudos arbitrales pueden ser ejecutados en el marco de la Convención de Nueva York de 1958 sobre el reconocimiento y ejecución de las sentencias arbitrales extranjeras. Debe señalarse que no existe ningún sistema semejante de ejecución internacional para decisiones de tribunales nacionales. La Convención de Nueva York tiene 145 Estados miembros y permite la ejecución internacional eficaz de laudos arbitrales internacionales en tribunales nacionales. Los tribunales no pueden revisar el fondo de la decisión del árbitro. Sólo pueden revisar ciertos elementos. Este es uno de los motivos por los que la ejecución de las sentencias arbitrales tiende a ser relativamente eficaz.


#### 5.2.4 Decisión de expertos

Se trata de un procedimiento por el cual una controversia o diferencia entre las partes se somete a uno o varios expertos independientes que dictan una resolución al respecto. La resolución es obligatoria, salvo que las partes decidan lo contrario. Este procedimiento puede ser particularmente útil para cuestiones técnicas, como la determinación del monto de las regalías o el porcentaje de la comisión de distribución.

### **5.3 Mecanismos de solución extrajudicial de controversias de la OMPI para el cine y medios de comunicación y sociedades de recaudación**

#### 5.3.1 El Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI

El centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI (Centro de la OMPI), con sede central en la OMPI, en Ginebra (Suiza), y una oficina en Singapur, es un proveedor neutral e internacional de servicios de solución de controversias. El Centro administra, sin fines de



lucro, procedimientos de mediación, de arbitraje, de arbitraje acelerado, y de decisión de expertos, así como procedimientos de solución de controversias en materia de nombres de dominio. Hasta la fecha, el Centro de la OMPI ha administrado unas 250 mediaciones y arbitrajes. La mayoría de estos casos se han presentado en los últimos cinco años. Más del 70% de las controversias administradas por el Centro de la OMPI son internacionales. El Centro de la OMPI ha adaptado los procedimientos específicamente para el sector audiovisual y cinematográfico y para determinadas sociedades de recaudación de derechos secundarios, según se explica detalladamente a continuación.

### 5.3.2 Mediación y arbitraje acelerado de la OMPI para el cine y medios de comunicación

En diciembre de 2009, el Centro de la OMPI introdujo oficialmente el Reglamento de Mediación y Arbitraje Acelerado de la OMPI para el Sector del Cine y Medios de Comunicación. Este Reglamento fue elaborado por expertos de la industria y está adaptado específicamente para resolver controversias en los sectores cinematográfico y audiovisual. Las disposiciones de este Reglamento son adecuadas para transacciones internacionales en esos sectores, en particular para controversias en materia de distribución de películas. Mientras que otras instituciones se centran en el arbitraje, el Reglamento relativo al sector del cine y medios de comunicación de la OMPI ofrecen un conjunto de mecanismos de solución de controversias, que incluyen la mediación, lo que puede ser útil para productores y distribuidores.

En virtud del Reglamento del OMPI relativo al sector del cine y los medios de comunicación, las partes pueden optar por un procedimiento de mediación, un procedimiento de arbitraje acelerado o una combinación de ambos procedimientos. Los procedimientos tienen plazos particularmente cortos con objeto de tener en cuenta los ciclos breves de producción y comercialización de las transacciones cinematográficas internacionales. Dependiendo de la complejidad del caso, un procedimiento de mediación en virtud de este Reglamento puede llevar de dos a cuatro meses y un procedimiento de arbitraje acelerado entre cuatro y seis meses. En los procedimientos en el marco de ese Reglamento, las partes pueden decidir libremente el lugar y la legislación aplicable.

El procedimiento de mediación en base a este Reglamento es flexible según se define en la definición de mediación en el apartado 5.2 *supra*. El mediador se centra en soluciones prácticas con las partes. En el procedimiento de arbitraje acelerado

interviene un único árbitro en un procedimiento de vía rápida que ahorra costos y tiempo. El laudo emitido por el árbitro es vinculante, definitivo y ejecutable en virtud del Convenio de Nueva York.

Las partes pueden combinar también el procedimiento de mediación y de arbitraje acelerado. En primer lugar, las partes intentan una solución mediante la mediación y, si después de 30 a 60 días, no se llega a un acuerdo, la controversia se somete al procedimiento de arbitraje acelerado. Combinar estos procedimientos tiene la ventaja de aumentar las posibilidades de acuerdo y por lo tanto, el ahorro de costos. De hecho, incluso en el arbitraje acelerado, las partes todavía pueden decidir resolver su litigio de manera amistosa antes de que se emita un laudo. El 73% de las mediaciones de la OMPI han dado lugar a acuerdos. El 58% de los casos sometidos a arbitraje de la OMPI se solucionaron, mientras que el resto terminó con laudos definitivos y ejecutables.

El Reglamento de la OMPI relativo al sector del cine y los medios de comunicación puede consultarse en el sitio Web del Centro de la OMPI en diferentes idiomas en <http://www.wipo.int/amc/en/film/rules/>. En <http://www.wipo.int/amc/en/film/index.html> se puede leer una explicación general, y se puede descargar gratuitamente la Guía de la mediación en el marco de la OMPI y la Guía del Arbitraje de la OMPI desde: <http://www.wipo.int/amc/en/publications/>.

#### a) Grupo internacional de la OMPI en los medios cinematográfico y audiovisual

Para las controversias en virtud del Reglamento de la OMPI para el sector de cine y medios de comunicación, se ha establecido un Grupo internacional de la OMPI en los medios cinematográfico y audiovisual, que incluye mediadores, árbitros y expertos con experiencia en esos sectores de diferentes países de todo el mundo, pudiendo añadirse otros candidatos. Las partes en mediación y arbitraje acelerado en virtud del Reglamento de la OMPI para el sector del cine y medios de comunicación pueden escoger el mediador, un árbitro único o seguir otro procedimiento de nombramiento. Incluso pueden elegir a alguien que no pertenezca a ese Grupo internacional de la OMPI. Si las partes no pueden ponerse de acuerdo o no conocen a mediadores o árbitros idóneos, el Centro de la OMPI les proporciona una lista de candidatos de entre las personas que integran el grupo internacional de la OMPI y que tienen la debida competencia en la controversia de que se trate. Las partes se ponen de acuerdo respecto de un candidato de la lista o indican sus preferencias.



A continuación, el Centro de la OMPI procede a su nombramiento, tras confirmar la independencia e imparcialidad del mediador o el árbitro.

b) Versión reducida del baremo de tasas y honorarios

En virtud del Reglamento de la OMPI para el sector del cine y medios de comunicación se aplica a cada caso un baremo reducido de tasas y honorarios. Estas tasas son sin ánimo de lucro y tienen en cuenta las características típicas y los importes en litigio de los sectores cinematográfico y audiovisual. Se puede consultar la lista detallada de honorarios y costos en: [www.wipo.int/amc/en/film/fees/index.html](http://www.wipo.int/amc/en/film/fees/index.html).

c) Cláusulas contractuales y acuerdos de sometimientos recomendados por la OMPI

Con el fin de facilitar los acuerdos, el Centro de la OMPI pone a disposición cláusulas tipo relativas a la solución extrajudicial de controversias que las partes pueden introducir en sus acuerdos de distribución y contratos relacionados. También ofrece acuerdos de sometimiento tipo para las controversias en los casos en los que no haya ninguna cláusula de solución extrajudicial de controversias en el contrato. Las partes pueden escoger su opción de procedimiento seleccionando la cláusula tipo o el acuerdo tipo de sometimiento que sea apropiado. También tienen la posibilidad de adaptar esos modelos para que se ajusten a sus necesidades específicas. Las cláusulas y los acuerdos de sometimiento recomendados por la OMPI se especifican en el Anexo III al presente documento y también están disponibles en diferentes idiomas en línea en [www.wipo.int/amc/en/clauses](http://www.wipo.int/amc/en/clauses).

### 5.3.3 Procedimientos de solución extrajudicial de controversias de la OMPI para algunas sociedades de gestión colectiva

El Centro de la OMPI ofrece procedimientos especializados para determinadas sociedades de gestión colectiva por lo que respecta a productores y distribuidores de películas, que pueden ser de interés para las partes interesadas en la producción y distribución de películas, dado que regulan controversias entre los titulares de los derechos sobre derechos en conflicto. El Reglamento de Arbitraje Acelerado de la OMPI para la AGICOA (Asociación para la Gestión Colectiva Internacional de Obras Audiovisuales) ofrece una segunda fase facultativa para titulares de derechos en el marco de la AGICOA que no pudieron resolver sus controversias en la primera fase obligatoria de un procedimiento recomendado por la AGICOA (véase [www.wipo](http://www.wipo).



[int/amc/en/arbitration/agicoa/](http://www.wipo.int/amc/en/arbitration/agicoa/)). El Reglamento de Arbitraje Acelerado de la OMPI para EGEDA (Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales), sociedad de recaudación española que representa a los productores audiovisuales, funciona de manera similar (véase [www.wipo.int/amc/en/arbitration/egeda/](http://www.wipo.int/amc/en/arbitration/egeda/)). Ambos procedimientos son especialmente eficientes, ya que los laudos arbitrales son ejecutados inmediatamente por la sociedad de recaudación que distribuye las regalías bloqueadas de conformidad con el laudo.

#### 5.4 Otras opciones

Otras muchas instituciones ofrecen servicios de arbitraje general, como la Corte Internacional de Arbitraje en el marco de la Cámara de Comercio Internacional (CCI), la *London Court of International Arbitration* (LCIA) y la *American Arbitration Association* (AAA). Sin embargo, sólo unas pocas instituciones, como el Centro de Mediación y Arbitraje de la OMPI y la *Independent Film and Television Alliance* (IFTA) ofrecen servicios específicos para las controversias relacionadas con el cine.

Además del sistema OMPI, la *IFTA Arbitration* ofrece una opción adicional, especializada, para la solución de controversias relacionadas con el cine. La IFTA es una asociación comercial de la industria independiente de cine y televisión y tiene su sede central en Los Ángeles. La *IFTA Arbitration* ha resuelto controversias en más de 1.700 casos que han supuesto más de 500 millones de dólares EE.UU. en demandas desde 1984, en una amplia variedad de situaciones del espectáculo internacionales y nacionales, que afectaban a la concesión de licencias de cine, televisión y multimedia así como contratos de agentes de ventas. Aunque la cláusula de arbitraje de la IFTA algunas veces puede ser cuestionada por una de las partes de un contrato de distribución, el árbitro de la IFTA puede declarar la rescisión del contrato de distribución y ordenar a la parte que no cumple que respete sus obligaciones de conformidad con el contrato de distribución (Sociedad General de Derechos Audiovisuales contra *Audiovisual Enterprises S.A.* – Laudo definitivo de la IFTA, febrero de 2010). Además de los daños y perjuicios compensatorios y punitivos, el árbitro de la IFTA puede prohibir a la parte perdedora que participe en el Mercado del Cine Americano (el AFM), si esa parte ha incumplido un laudo de la IFTA confirmado judicialmente o no ha pagado los honorarios de un árbitro de la IFTA. Esto puede ser una importante motivación para que la parte cumpla la decisión.

Antes de que eso ocurra, cualesquiera de las partes pueden buscar confirmación del laudo arbitral, y/o presentar o registrar el laudo ante un tribunal que tenga jurisdicción para confirmar el laudo a fin de lograr la ejecución del laudo ante cualquier tribunal en cualquier parte del mundo. Hay disponibles ejemplos de decisiones arbitrales recientes de la IFTA en <http://www.ifta-online.org/recent-awards>.

## CAPÍTULO 6

### ESCOLLOS Y SOLUCIONES GENERALES

#### 6.1. Escollos

El abogado especializado en el sector del espectáculo, Schuyler Moore, comienza su libro *The Biz: The Basic Business, Legal and Financial Aspects of the Film Industry* (Sillman-James Press, 2000) con la afirmación “¡La mayoría de las películas pierden dinero!” (pág. 11). Se trata probablemente del mayor escollo en la industria cinematográfica. Es casi inevitable. Existe una historia famosa y quizás apócrifa de que cuando Sony compró *Columbia Pictures* en 1989, citaron al director de Columbia en Tokio y le preguntaron cuántas películas había hecho Columbia. Dijo que habían hecho 24 películas en 1988. Además, le preguntaron cuántas fueron rentables, y él, con orgullo, respondió que 8 de ellas habían dado dinero. Entonces le preguntaron por qué había hecho las otras 16 películas. Lo que podemos deducir es que la mayoría de las películas, incluso las de los grandes estudios, no son rentables, pero no hay más remedio que correr el riesgo con toda una lista de películas para lograr las películas de éxito que hacen funcionar el negocio. Lo que no entendían era que Columbia necesitase hacer 24 películas para obtener 8 que den beneficios.

Por más que se diga a los financieros y cineastas que la mayoría de las películas pierden dinero, no es posible convencerlos. Y aún mayores son los problemas cuando la realidad de la industria golpea. Así como el director de Columbia probablemente deseaba que sus nuevos jefes comprendiesen más de la industria, todas las personas que sobreviven más de unos años en este negocio, desean en un momento dado poder rodearse sólo de profesionales con experiencia. Hay profesionales con experiencia con los que es fácil trabajar, pero hay otros con los que puede resultar muy frustrante, sea debido a la inexperiencia o a la falta general de aptitudes. Determinar quién es quién puede ser difícil y trabajar con personas incompetentes es probablemente el segundo mayor escollo.

##### 6.1.1 Problemas de transacción de derechos

Los distribuidores deben considerar algunas de las cosas que pueden ir mal en sus transacciones de derechos y las formas de evitarlo. La principal razón de muchos de estos problemas es que los productores no son conscientes de que necesitan saber

de estas cosas, no se las enseñan en la escuela de cine y cuando se dan cuenta de que deberían haber documentado su propiedad de la película, es demasiado tarde. Esto ocurre con tanta frecuencia que da que pensar. Los directores esperan que sus productores se hagan cargo de estas cosas y los financieros esperan que las aseguradoras o los abogados las resuelvan. En última instancia, el responsable es el productor, pero todos deberían asumir la responsabilidad de hacer preguntas, incluidos los distribuidores si participan en la etapa de producción de la película.

**Obtenga autorizaciones firmadas** – Si aparece en el plató un actor que no recuerdan, cabe informarse si el actor ha firmado un contrato o una autorización. En el documental de 2002 de Keith Fulton y Louis Pepe, *Perdidos en La Mancha*, sobre la realización de *El hombre que mató a Don Quijote* de Terry Gilliam, el productor ejecutivo empezó el primer día de fotografía preguntando si Vanessa Paradis había firmado su contrato como integrante del equipo artístico.

Si se escucha una música en una escena, alguien debe preguntar si se ha obtenido debidamente la licencia. Si alguien lleva una camiseta Adidas, conviene preguntar si se ha obtenido la licencia para el uso del logotipo. Mejor todavía, ¿existe un acuerdo con Adidas para que se pague a la producción una tarifa a fin de que el actor principal tenga derecho a usar la camiseta? Asimismo, es importante adquirir siempre el derecho a utilizar la P.I. en cualquier circunstancia posible, que no sea sólo para festivales, o por pocos años o sólo para la televisión. Si los productores no pueden permitirse una licencia mundial de la música, deberían, al menos, negociar previamente las condiciones de la licencia mundial y pagar, al mismo tiempo, de antemano, por derechos más limitados.

### 6.1.2 El productor debe adquirir los derechos al titular

Éste es uno de los problemas más graves, en particular en el sector de guiones y música. Todas las partes tienen que tener la certeza de que han verificado el CDT sobre cualquier material protegido por derecho de autor. Puede ocurrir que los guionistas se olviden de que sus guiones se basaban en un libro. Si se trata de una biografía, podrán encontrar todos los detalles necesarios para la película en el registro público, o tendrán que obtener la licencia correspondiente sobre la obra que los contenga (una biografía puede contener material original que esté sujeto al derecho

de autor). Si alguien reivindica los derechos de edición de la música que se interpreta, las partes deben asegurarse de que esa persona puede demostrarlo. El productor y el propietario potencial de la película deberían hacer este trabajo, pero será el distribuidor el que tendrá que enfrentarse con las consecuencias si esos derechos no se adquieren a los titulares idóneos. Los productores y el guionista original de *Séraphin* (2008) de Martin Provost (película biográfica sobre un pintor francés de principios del siglo XX) fueron condenados por el Tribunal del Distrito de París, por ser responsables de infringir el derecho de autor de un erudito francés que había escrito un libro sobre el tema (*Éditions Albin Michel* contra *TS Productions* – Tribunal del Distrito de París, 26 de noviembre de 2010).

**Obtención de los derechos sobre la música** – Un respetado director realizó un documental sobre una gira de conciertos de rock y el productor le aseguró que todos los grupos habían firmado cesiones para la música que se interpretaba o ejecutaba y que tenía la libertad de rodar cualquier cosa y de incluirla en el documental. Cuando la película se terminó y estaba a punto de ser adquirida para su distribución, los distribuidores potenciales pidieron los contratos de los derechos de edición de la música. Lamentablemente, los contratos que habían firmado los grupos eran solamente para los derechos de interpretación y ejecución. En muchos casos, los grupos no poseían ni controlaban los derechos de edición o de sincronización de la música interpretada. Aunque era la música del grupo, esos derechos estaban gestionados y controlados por un tercero. La película, uno de los grandes documentales sobre el rock, todavía no ha sido estrenada y puede que nunca lo sea.

6.1.3 Es fácil sentirse confundido respecto de los derechos incluidos en un acuerdo

Cuando alguien obtiene la licencia sobre un libro para convertirlo en una película, eso no significa que tenga derecho a hacer una secuela, un programa de televisión, una novelización o cualquier otra cosa, *a menos que* haya adquirido esos derechos y figuren en el contrato con el titular del derecho de autor. Los productores y los distribuidores siempre deben tratar de conseguir todos los derechos posibles pero no deben empezar a vender juguetes o camisetas sin tener la confirmación de que tienen derecho a hacerlo.

#### 6.1.4 Es difícil entender el valor potencial de los derechos y ponerles precio

En lugar de contar cuentos de hadas, los padres de Hollywood cuentan a sus hijos lo que ocurrió en una galaxia muy, muy lejana, cuando George Lucas se convirtió en una de las personas más ricas del planeta por mantener los derechos de comercialización y de secuela de *La guerra de las galaxias*. No es de extrañar que las personas que llegaron a ese acuerdo en Fox pasaran a ser poco apreciadas en el estudio cuando la película tuvo éxito y todos los niños del mundo querían un muñeco de Luke Skywalker. Desde entonces, las personas creativas tratan de mantener todos los derechos que pueden, mientras que las personas de la distribución y la financiación tratan de obtener todos los derechos posibles.

#### 6.1.5 No cumplir con las obligaciones puede dar lugar a la pérdida de la película

Determinados gobiernos exigen que se les presenten los guiones para que den su visto bueno; las compañías de seguros pueden tener requisitos que es necesario cumplir; los bancos pueden exigir la adhesión a determinados acuerdos. Todas estas cosas pueden terminar por dar a otra persona el derecho a retirar la película o a bloquear la distribución.

#### 6.1.6 Algunas veces no queda claro quién posee qué derechos o cómo pueden hacerse valer los derechos

Nunca debe darse por sentado que las personas tienen determinados derechos sencillamente porque están financiando, dirigiendo o distribuyendo la película. Los contratos otorgan derechos específicos y ciertos acuerdos permiten hacer valer esos derechos. Todas las transferencias o cesiones de derecho de autor deben realizarse por escrito. No es necesario entender todos los tratados internacionales relacionados con la propiedad intelectual, como el Convenio de Berna y la Convención Universal sobre Derecho de Autor, pero es fundamental saber si los productores y los distribuidores poseen lo que ellos creen que es de ellos y si pueden ceder efectivamente esos derechos. Igual de importante es que las diversas partes entiendan lo que pueden hacer si alguien trata de quitarles su propiedad.

## 6.2 Los productos de marca y las obligaciones de patrocinio pueden ser difíciles de entender

Se recomienda que los productores y distribuidores siempre jueguen sobre seguro con las marcas, incluido cualquier tipo de logotipo en camisetas, pero no necesariamente si el logotipo forma parte integrante de un producto que se utiliza y, por consiguiente, es simplemente incidental, como el emblema de la marca en un coche o un *Nike swoosh* en una zapatilla de tenis. Por supuesto, si se desacredita el nombre de un producto específico puede haber problemas. Por ejemplo, si un personaje sale de un coche y dice que nunca más comprará un coche de la marca Ford, ciertamente no sería una buena idea dejar visible el logotipo de Ford. Lo más seguro es obtener una dispensa y autorización firmadas por el propietario de la marca. Puede que el propietario desee ver el guión o sencillamente recibir las garantías de que el producto no será utilizado indebidamente, ni desacreditado ni difamado. Aunque el productor crea que el uso no creará problemas, muchos distribuidores no querrán correr el riesgo de que haya algún problema. Es un ejemplo que pone en evidencia que el productor puede actuar de manera jurídicamente correcta pero, en la práctica, puede seguir teniendo problemas.

Dos temas relacionados son la colocación del producto y el patrocinio. Uno y otro pueden ser negocios colaterales lucrativos. Suponen cobrar a las empresas por usar sus productos en la película (colocación del producto) o recibir mercancías/servicios/dinero a cambio de ese uso (patrocinio). Las películas de James Bond son buenos ejemplos: Bond puede hacer brillar su elegante reloj Omega mientras salta de su BMW y pide un Martini de Grey Goose (mezclado, no agitado). Cuando se estrenan las películas, el distribuidor puede beneficiarse de anuncios comerciales en los que se utilizan imágenes o fragmentos de la película. Estos acuerdos se han vuelto cada vez más complejos a causa de los actores que se niegan a prestar su imagen para campañas de promoción de productos, a menos que reciban una compensación, y debido a que las empresas se quejan de que, a pesar de los grandes pagos que realizan, sus marcas no se destacan como les gustaría. Es sabido que hay directores que se han rebelado escondiendo las etiquetas en las escenas o cortando totalmente las escenas clave donde aparecen los productos.

Los patrocinios son un tipo de colocación de producto similar, pero más amplio. En lugar de centrarse en un producto, un patrocinador puede que desee promover un tipo de estilo de vida y asociar su nombre a algo que los clientes potenciales quieran

ver. Puede que un banco desee patrocinar una película que muestre la creciente prosperidad de un determinado país y su increíble actividad económica con el fin de atraer clientes extranjeros. Hacer que los personajes entren en el banco puede ser algo demasiado evidente y parecer un anuncio tradicional, mientras que quizás a los clientes potenciales del banco les gustaría saber que el banco está involucrado en actividades de las comunidades creativas locales.

Usar debidamente los productos de marca puede resultar en un *boom* financiero para una producción, pero si se utilizan indebidamente o sin tener la correspondiente licencia esto puede acarrear terribles consecuencias. Es necesario que los distribuidores sean conscientes de las obligaciones de los productores en esos acuerdos, para que no se infrinjan, como, por ejemplo, por servir vodka Absolut en la gala del estreno, cuando Grey Goose proporcionó financiación para la colocación de productos.

### 6.2.1 Las licencias sobre personajes son un terreno minado

Los personajes a menudo son creaciones de marca que están, además protegidas por derecho de autor y, por consiguiente, es necesario obtener una autorización para utilizarlos. Puede haber personajes que se hayan hecho famosos por un libro o una película, pero que estén en el dominio público porque ya no están sometidos al derecho de autor. Sin embargo, es posible que la forma en la que se describe el personaje esté aún protegida por el Derecho de marca o el derecho de autor. Un famoso ejemplo de esto es la protagonista de *La Sirenita*, Ariel. Fue creada por Hans Christian Andersen hace más de cien años, incluso entonces estaba basada en historias populares. Sin embargo, cuando Disney hizo su película de éxito, se la presenta de una forma específica, como también hizo el estudio japonés Toei en 1975 en una película de dibujos animados basada en la misma historia dirigida por Tomoharu Katsumata. Cualquier persona es libre de utilizar el personaje pero no puede presentarlo en la misma forma que hicieron Disney o Toei sin permiso previo por escrito.

Los grandes cineastas suelen buscar inspiración en sus propias culturas, historias y cuentos tradicionales que sirven como material de base. Esto ha dado lugar a confusión entre los elementos de la historia original (reales o de ficción), que pueden no estar protegidos por derecho de autor y los elementos decorativos posteriores, que pueden estar protegidos por derecho de autor. Los productores deben entender



qué elementos de esas historias tradicionales y acontecimientos históricos están sujetos a derecho de autor.

**Todos los elementos y personajes de cuentos deben pertenecer al dominio público**

– En estos momentos se están haciendo dos versiones de la historia de Blancanieves, una en *Relativity Media* y la otra en *Universal Pictures*. Aunque basadas en un cuento de hadas tradicional registrado por los Hermanos Grimm en su colección de cuentos de 1857, los famosos siete enanitos presentados en la Producción de Walt Disney *Blancanieves y los siete enanitos* (1937) no están en el cuento original. Se crearon específicamente para la película y siguen protegidos por derecho de autor. Dado que el cuento original según lo contaban los Hermanos Grimm pertenece al dominio público, cualquier persona tiene la libertad de realizar una película basada en ese cuento, pero no puede incluir enanos con los nombre de Dormilón, Sabio, Mocososo o Feliz. Si los productores de las nuevas películas sobre Blancanieves creen ingenuamente que los enanitos formaban parte del cuento original y utilizan esos personajes sin obtener en licencia el derecho de autor de Disney, probablemente estarían infringiendo el derecho de autor.

Los personajes son un gran negocio. Pueden ser portavoces para productos, pueden protagonizar series de televisión, juegos y películas. El distribuidor debe contar con la confirmación de que el productor ha determinado la propiedad sobre un personaje y que ha obtenido el permiso necesario antes de utilizarlo en la película. Si hay dudas, siempre es mejor evitar posibles problemas no incluyendo el personaje, a menos que sea absolutamente esencial para los objetivos creativos de la película.

Todos los escollos señalados anteriormente pueden dar lugar a problemas por lo que respecta a la propiedad básica subyacente de la película. Por cuestiones financieras, es posible que no se pague a algunos titulares de derechos. Según lo que hemos examinado, no pagar a un actor o a un director, o el hecho de no poder pagar una remuneración residual a un escritor de conformidad con determinados contratos del equipo artístico, puede conllevar la imposibilidad de realizar la película.

Por lo tanto, ¿debemos rendirnos? No, por supuesto. Algunas películas dan mucho dinero. Hay más posibilidades de que los sistemas fuera de los Estados Unidos produzcan una película rentable que el sistema de Hollywood, simplemente porque

los costos son más bajos y en muchos casos el apoyo del gobierno es mayor. Asimismo, las películas pueden producirse para un mercado local específico y es probable que los distribuidores sepan exactamente cómo difundir la película allí, los costos en los que se incurra y los posibles ingresos. Si evitamos sorpresas es posible que podamos reducir el riesgo. Simplemente el hecho de saber quiénes son las personas con las que se está trabajando, permite ahorrarse una enorme cantidad de problemas en el futuro.

### **6.3 Una última cuestión – Transacciones en divisas mundiales**

La mayoría de las películas nunca lograrán el nivel de éxito esperado si el productor o el distribuidor tienen que preocuparse por las fluctuaciones de las divisas mundiales, la retención de impuestos o la viabilidad de diversos instrumentos de transacción. Sin embargo, si la película no alcanza ese nivel, probablemente el productor o el distribuidor tendrán acceso a expertos en esas cuestiones. Las transacciones financieras internacionales pueden ser complejas y costosas, generar obligaciones fiscales importantes, reducir enormemente posibles ingresos y aumentar el riesgo. Existen bancos y empresas de servicios financieros especializados cuyos servicios se han hecho cada vez más necesarios e incluso son exigidos, pero las partes interesadas deben tener en cuenta que sus servicios son negociables y se ofrecen en un entorno competitivo. Estos servicios pueden incluir la reducción o eliminación de retenciones fiscales, la gestión de cuentas de cobro, la cobertura del riesgo cambiario o tipos de cambio, los servicios de cobro y la negociación de cartas de crédito. Los productores y los distribuidores deben estar al tanto de lo que hace cada una de esas entidades y realizar las averiguaciones necesarias para obtener el mejor precio por esos servicios.

### **6.4 Algunas soluciones básicas**

#### **6.4.1 Infórmese**

¿Cuáles son los problemas de la industria cinematográfica mundial o específicamente de la comunidad local y qué puede hacer un distribuidor al respecto? El conocimiento es el activo más importante que se pueda tener. Comprender cuándo una persona necesita aprender más y donde puede obtener el asesoramiento que necesita es una cuestión fundamental. Existen seminarios profesionales y libros como el presente, pero no existe ningún sustituto a la hora de actuar.

Algunas de las mejores fuentes de información actual son las revistas comerciales. El cine es una de las únicas industrias en el mundo que, hasta hace poco, publicaba dos revistas comerciales *Variety* y *The Hollywood Reporter* (que se ha pasado recientemente a un formato semanal). También se publica una revista semanal de Londres llamada *Screen International* (y su versión online – [www.screendaily.com](http://www.screendaily.com)). *Screen International* hace un excelente trabajo informando sobre temas que no son estadounidenses. También hay dos semanarios con sede en París, *Ecran Total*, con una versión en línea que se actualiza diariamente en [www.ecran-total.fr](http://www.ecran-total.fr) y *Le Film Français* ([www.lefilmfrancais.com](http://www.lefilmfrancais.com)). Existen innumerables sitios Web, incluida *Deadline Hollywood* ([www.deadline.com](http://www.deadline.com)) que ofrecen las últimas noticias de la industria junto con comentarios de personas de dentro de Hollywood y la *Internet Movie Database* ([www.imdb.com](http://www.imdb.com)) que incluye una amplia información sobre productores y distribuidores, así como información sobre estrenos para decenas de miles de películas de todo el mundo.

#### 6.4.2 Conozca a los agentes participantes

El aumento de los presupuestos y de los niveles de calidad llevan a una mayor especialización, así como a la participación de más agentes en el proceso, forzando a las personas a confiar en otros que no siempre conocen bien. ¿Quiénes son los financieros, los productores ejecutivos, los productores, los distribuidores, los agentes de ventas, etc.? ¿En quién se puede confiar?

Como todos los distribuidores y productores que han participado en una película como mínimo saben, una gran parte del negocio del cine consiste en resolver problemas que podrían haberse evitado con algunas llamadas telefónicas para averiguar si se puede confiar en este o aquel agente o si es competente. Algunas de las historias más tristes son aquellas sobre personas que pensaban que estaban trabajando con financieros cuando en realidad estaban trabajando con personas que tenían acceso a la financiación, pero no percibían con claridad la diferencia.

Es igualmente trágico cuando alguien alega tener determinado derecho de autor cuando de hecho no lo tiene. A menudo es prohibitivamente complejo, exige mucho tiempo y es costoso determinar los hechos con el 100% de certeza, de ahí que sea importante por el contrario confiar en la reputación y la historia de las personas implicadas.

Para conocer a los agentes participantes es muy importante saber qué papeles desempeñan en el proceso de producción y distribución, y sobre todo, qué espera el productor o el distribuidor que hagan esas personas. Las obligaciones de un productor o de un productor ejecutivo varían de una película a otra o incluso dentro de la estructura de una única película, por lo que, en el contrato de cada persona, se debe indicar con claridad el papel que desempeña. Lo mismo ocurre con los abogados en diversas etapas del proceso, así como con los elementos creativos (guionistas, directores, actores, diseñadores de vestuario, escenógrafos, directores de fotografía y otros). Es importante saber la historia de cada persona y si es fiable. ¿Se atreverá el director a eliminar el nombre de una persona de la película y le dará todo lo que pide? ¿Crearé problemas cualquiera de los titulares de derecho de autor que puedan poner en peligro la distribución de la película?

En el caso de escritores, parecería sencillo porque los productores sólo obtienen la licencia sobre su obra finalizada. Érase una vez una película basada en un famoso cuento de niños del dominio público. Warner Bros. estaba distribuyendo la película en los cines a lo largo y a lo ancho de los Estados Unidos de América y una empresa independiente estaba vendiendo los derechos a nivel internacional. Algunas semanas antes de la producción, los productores descubrieron que el escritor había copiado textualmente el guión (simplemente había sustituido la página del título y había introducido su nombre en lugar del nombre del verdadero escritor). El escritor original no había concedido en licencia ningún derecho a la persona que alegaba ser el escritor. Cuando el verdadero escritor (y por consiguiente el titular del derecho de autor) apareció y exigió el pago de una importante cuantía, los productores tuvieron que pagarle porque de lo contrario la película no hubiera podido ser distribuida. Pagar una demanda legítima respecto del derecho de autor fue más barato que clausurar la producción, lo que podría haber ocurrido realmente dado que los productores no tenían ningún derecho sobre el guión que estaban rodando, y el distribuidor no habría tenido ningún derecho a distribuir la película. De hecho, el plagio del guión no es un secreto tan difícil de descubrir en la industria. Los productores lo podrían haber averiguado con unas pocas llamadas telefónicas, pero dieron por sentado que el escritor era honesto.

#### 6.4.3 Averigüe y cerciórese acerca de los socios comerciales

Las personas deben realizar el mismo nivel de averiguaciones y verificaciones para cada uno de sus socios empresariales, productores, abogados, banqueros y otros, que

realizarían para cualquier transacción que supusiese la inversión de enormes cantidades de dinero. Deben averiguar todo lo que puedan sobre sus socios. Cualquier socio o empresario con buena reputación estará encantado de que la otra parte compruebe sus antecedentes y lo ayudará a hacerlo.

Los distribuidores deben asegurarse de que las personas puedan cumplir sus obligaciones. Si están produciendo una película, deben poder probar la propiedad. Si están proporcionando financiación para una película o un estreno, deben demostrar que tienen el dinero. Si están subdistribuyendo, entonces deben tener la infraestructura para gestionar el trabajo. No se trata únicamente de evitar a los delincuentes, sino de tener en cuenta el hecho de que las personas de la industria cinematográfica tienden a exagerar sus capacidades, por lo que todas las partes deben asegurarse de que esas personas pueden hacer el trabajo que se les ha asignado. Por supuesto, cerciorarse de que no son malhechores debería formar parte también de ese proceso.

#### 6.4.4 Supervisión de la distribución

En los acuerdos se debe rendir cuentas de uno y otro lado. En general, a los productores se les permite ejercer un cierto grado de supervisión. Esto puede ser posible mediante la imputación de los ingresos de distribución – en el contrato se dispone que los fondos adeudados que de otra manera serían pagaderos a la empresa de ventas o al distribuidor, se deben pagar al financiero, al banco, a una cuenta de garantía bloqueada o a una cuenta de cobro -, o mediante algo tan sencillo como el derecho a visitar periódicamente la oficina del distribuidor para pedir el informe actualizado sobre cuántos fondos han entrado y coger la parte que les corresponde. Como regla general, los contratos exigen requisitos de notificación específicos, es decir, mensuales, trimestrales, que incluyan determinados gastos, intereses, cuándo vencen los pagos, dónde se envían y otras deducciones. Una de las cosas más importantes que un financiero o un productor puede hacer es no dejar nunca a un distribuidor que se desvíe de esas condiciones.

Un distribuidor que no cumple estrictamente las condiciones del contrato, puede tener una explicación muy plausible. En lugar de amenazar con auditorías y pleitos, el productor debe hacer preguntas, escuchar las respuestas y después tratar de lograr que el distribuidor vuelva a cumplir el contrato. A cambio, el distribuidor debe cooperar con el productor respondiendo rápidamente y de forma exhaustiva a las preguntas. El productor podrá tomar medidas para saber si el distribuidor gasta lo que

está obligado a gastar en distribución, si realiza los pagos previstos a la asociación (si está encargado de hacerlo), si la película se promociona debidamente y si realiza el seguimiento de los pagos de los subdistribuidores. La distribución es una profesión técnica, exigente y arriesgada. Las personas que la practican generalmente son profesionales que han dedicado mucho años a adquirir conocimientos especializados que les permiten generar ingresos para una película. Deberían considerarse afortunados de poder explicar estas complejidades a los productores.

#### 6.4.5. No renuncie a más control del necesario

Esto es tan importante para los productores como lo es para los distribuidores. En cada nivel, las personas desean retirar el control de la persona que controla los derechos. Una película es un medio de colaboración, como lo es la financiación y la distribución, por lo que todo el mundo tendrá que ceder algo de control. Cuando una parte renuncia al control, debería tratar de mantener la supervisión y algún método efectivo de solución de conflictos, es decir, derechos de auditoría para comprobar si hay un problema, el arbitraje según lo tratado en el capítulo 4 y, si falla absolutamente todo lo demás, entonces el litigio. Actualmente, en la mayoría de los acuerdos de distribución de los estudios se dispone que un productor puede verificar los estados financieros de la distribución durante 24 meses tras su emisión, pero después de eso, queda desamparado. Es casi imposible conseguir un período de auditoría más largo de un estudio. Ese es un nivel de control que un productor pone en manos del distribuidor.

En los acuerdos de distribución se especifica con claridad quién tiene qué derechos y quién tiene el control del material de promoción comercial, los gastos, las estrategias de estreno y otras decisiones de distribución. Frases como "consulta significativa" (sobre materiales de promoción comercial, por ejemplo) son tan ambiguas que no pasaría nada si no existieran. Si no existe forma alguna de hacer valer los derechos en virtud de un contrato, esto invita al fraude. Y es especialmente cierto en el caso de los financieros quienes suelen perder el derecho de comprobar los gastos o de asumir el control de propiedades sin saberlo. Para todas las películas independientes que presentan actores del gremio (la mayoría actores estadounidenses), la asociación de actores (SAG) tiene una garantía real de primer orden en la película. Esto significa que si no se abona la remuneración residual obligatoria al gremio, el gremio podría tomar el control de la película aunque los inversores no hayan recuperado su inversión.

#### 6.4.6 Seguro

Existe todo tipo de seguros que los productores pueden y algunas veces deben tener y que los distribuidores deben insistir en que tengan. El seguro contra Errores y Omisiones puede cubrir a las partes contra los problemas de documentación de la Cadena de Titularidad, una garantía de finalización puede asegurar que la película se terminará (o que los financieros y los prestamistas sean compensados si la película no se termina) y el seguro de responsabilidad civil puede cubrir a las diversas partes cuando otras cosas vayan mal. Es posible que algunos o la mayoría de estos tipos de seguro de películas no estén disponibles actualmente o no sean habituales en algunas comunidades cinematográficas, pero puede que sea necesario recurrir a ellos en algún momento.

Los agentes de seguros pueden ayudar a los productores a evitar escollos. Los buenos proveedores de seguros para el cine, sea que emitan el E&O relacionado con la documentación, sea que ofrezcan garantías de finalización relacionadas con la producción real, pueden señalar escollos y ayudar a los productores y a los distribuidores a evitarlos. Hable con ellos, hágase amigo de ellos y utilícelos.

#### 6.4.7 Sea amable

En una película que se llama *De profesión: duro* (1989) dirigida por Rowdy Herrington se dan algunos importantes consejos para la vida y los negocios. Patrick Swayze interpreta a un "tío duro", la persona que controla a clientes alborotadores en un bar. Sus empleados son gorilas y su trabajo es mantener el orden. Su primer consejo a sus empleados es "Sed amables". Ser amable es una buena política tanto si se es el productor como si se es el distribuidor. Si cree que alguien lo está engañando, no cumple el contrato, le está mintiendo, lo está robando: sea amable. Haga preguntas, siéntese con esa persona, invítela a un trago. Puede haber cometido un error inocente. O es usted quien puede haber cometido un error inocente o no haber entendido bien algo. Siendo amable, se evita los costos de no serlo tanto monetariamente como en relaciones personales. Además, es una excusa perfecta para lanzar un nuevo proyecto o vender al distribuidor una nueva película.

#### 6.4.8. Sepa cuándo no tiene que ser amable

Después de decirles a sus gorilas que sean amables, Patrick Swayze dice: "Hasta que llegue el momento de no ser amable". Le preguntan cómo lo sabrán y él les dice: "Os lo

diré". Es estupendo tener a alguien que nos diga cuándo no ser amables. Usted puede tener un abogado o un jefe que puede ayudarlo a decidir. Cuando llega el momento de no ser amable, tendrá que entender claramente sus opciones: si su mejor opción es una auditoría, un arbitraje o un pleito. Algunas opciones pueden ser muy costosas. Una amenaza de actuar bien hecha puede tener el efecto deseado. El valor de la reputación es importante para muchas personas y la amenaza de contar las fechorías puede ser un arma importante en la comunidad cinematográfica que está muy unida.

#### 6.4.9 Hágase de amigos

El baluarte más importante contra muchos problemas es tener amigos. Es agradable poder llamar por teléfono a asociados, abogados, banqueros u otros y hacer preguntas, verificar las posibles contrataciones o investigar sobre los socios de negocio. Una buena forma de hacer esto es incorporarse a grupos y/o asociaciones comerciales internacionales y locales. Participar activamente en esos grupos puede dar enormes dividendos.

Es igualmente importante revertir algo de los beneficios a la comunidad cinematográfica mediante enseñanza y conferencias. Puede que la ayuda no sea directa, pero ayudar a mejorar la industria en general, elevar los niveles de capacidad y perfeccionar el talento y la profesionalización es importante, y los lectores deben facilitar esto de todas las formas posibles.

En última instancia, la mejor forma de evitar problemas es crear una industria profesional en la que las personas hagan las cosas en forma correcta en lugar de hacerlo de manera rápida, barata o incluso peor, en una forma injustificadamente optimista. Lamentablemente, esta última actitud es una epidemia en la industria entre las personas que están financiando películas, ya sea como distribuidor, productor, director o cualquier otra parte que pueda poner dinero en una producción. Muchas personas dirán que saben cómo hacerlo mejor, que su película hará fortuna, que tienen un plan de negocios que no puede fallar. Es importante comprender la forma correcta de hacer las cosas y aprovecharse de lo que ocurre tanto en la industria del cine local como internacional.

#### 6.4.10 Importancia de la representación legal

Para todas las actividades de distribución es fundamental contar con un buen abogado que esté familiarizado con los contratos y los distintos agentes que



participan. No es posible atravesar *Century City* en Los Ángeles sin toparse con una docena de abogados de la industria del espectáculo. También hay muchos en Londres, en París e incluso bastantes en ciudades como Lagos (Nigeria) y Kingston (Jamaica) (en la industria de la música a la que se aplican muchos de los mismos principios). Los abogados son como cualquier otro empleado, trabajan para la persona que les paga. Deben explicar todo a sus clientes y asegurarse de que comprenden los contratos antes de que sus clientes los firmen. Los distribuidores deben asegurarse de que su abogado sabe cómo cerrar el trato (lo que no es lo mismo que saber negociar) porque en definitiva el distribuidor quiere la película y, si es una buena película, también la querrán otros distribuidores. Necesitan instrucciones claras sobre los puntos a reivindicar y aquellos en los que ceder. Un abogado eficiente puede marcar la diferencia entre un distribuidor que consigue las mejores películas que se exhiben en un festival y aquel que las pierde en favor de la competencia.

#### 6.4.11 Entienda lo que dicen los acuerdos

Los abogados no deben confiar en que comprenden todo. Incluso los mejores no pueden garantizar que sus clientes estén totalmente protegidos. Los abogados suelen ser especialistas. El abogado que puede garantizar que la documentación CDT está en orden puede que no sea bueno para negociar el contrato de distribución, la financiación bancaria, y mucho menos para asumir un pleito (o la defensa penal al respecto) si llega a ser necesario.

La persona que pone su nombre en un contrato debe entender todas las palabras de ese contrato. Su abogado debe poder explicarle todo y, si no puede hacerlo, entonces debe encontrar a alguien que pueda. Ha habido muchos pleitos en los que la argumentación de defensa de la parte demandada era no había entendido el contrato que había firmado. Generalmente, los jueces no creen que eso sea una buena excusa, pero a menudo es la verdad. Suele ocurrir que un contrato esté muy mal redactado por los abogados y las partes en el contrato no tienen conocimientos técnicos y jurídicos para percibir dónde se equivocaron los abogados.

## PALABRAS FINALES

### EL PANORAMA CAMBIANTE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La industria cinematográfica mundial está atravesando un período de reestructuración radical que está aumentando las oportunidades de los productores y de los distribuidores, y que ofrece, al mismo tiempo, nuevos retos. Aunque los métodos tradicionales de financiación y distribución siguen dominando, nuevos modelos de negocios y de tecnologías digitales ponen en entredicho esos modelos tradicionales, y crean canales de distribución totalmente nuevos que pueden llegar a públicos cada vez más amplios a un costo menor (tanto para la producción como para la distribución). Una cosa que no cambia es que la calidad y la creatividad son bienes preciados, y la comunidad empresarial suele ser la encargada de que se reconozcan y se cultiven esos raros activos. Parte de esa responsabilidad es documentar correctamente las transacciones sobre derecho de autor, dando crédito a los autores y compensando debidamente a todas las partes.

Aunque los países pequeños están claramente en desventaja debido a sus limitados mercados internos que no pueden hacer frente a una importante producción de películas, es posible que esos mismos países produzcan películas que puedan viajar dentro de la región y llegar a las comunidades de las diásporas en todo el mundo. Algunos incluso llegarán a nuevos e inesperados públicos completamente desconectados del país de origen. Muchas comunidades locales tienen una forma particular de narrar historias lo que les otorga una ventaja competitiva para llegar a determinados públicos. Las barreras de entrada son altas, pero los países pueden centrarse en los sectores creativos en los que ya sobresalen, ya sea la música, la literatura o el arte. Quizás algunas de las estrellas musicales internacionales puedan participar en largometrajes, y novelistas y dramaturgos puedan convertirse en guionistas o artistas visuales que puedan llegar a ser grandes directores. No es probable que esos factores cambien, y la industria necesita centrarse en formar profesionales, crear y producir películas de elevada calidad, y aprovechar el contacto con las comunidades locales creativas que ya existen.

Sobre todo, las comunidades no deben perder lo que las caracteriza: las cosas que han hecho que sus industrias creativas en el propio país y en el extranjero tengan éxito. No es necesario imitar a Hollywood. Es muy probable que cada país tenga una comunidad cuyo talento creativo conecte con la gente de una forma específica, y esta

habilidad, si no se ha perdido en la prisa por internacionalizarse y acceder a los ricos de la distribución mundial, será lo que los haga conseguir sus éxitos.

Como los autores han insistido reiteradamente a lo largo de esta publicación, dondequiera que esté un país en términos de desarrollo de su industria cinematográfica, desde un mercado muy local con un número limitado de películas a un mercado de exportación floreciente como el que se desarrolló en Europa para el cine coreano en la década de los años 1990, es importante comprender, al menos de forma general, las leyes en materia de propiedad intelectual, así como el negocio de la distribución de películas. El valor de una película y la capacidad de un financiero para recuperar su inversión (y para que una película encuentre un público) es la propiedad intelectual creada que poseen los autores de la película. Un sistema mundial de derecho de autor justo y transparente garantiza un suministro constante de películas de calidad (desde *Zodiac* de David Fincher a *Tiempos de amor, juventud y libertad* de Hou Hsiao Hsien) para el público de todo el mundo gracias a la debida compensación a los autores, y garantizando que aquellos que proporcionan financiación para realizar y distribuir películas cosechen los frutos.

Un mundo cada vez más interconectado está dando un valor económico cada vez mayor a los productos culturales, sin importar dónde se produzcan. Una película es uno de los más valiosos de esos productos culturales y puede ser una de las formas más importantes de aprender de otras culturas y compartir nuestras historias. El sistema para conceder debidamente licencias sobre los derechos de distribución de películas está bien establecido y deberían conocerlo todas las partes interesadas. Los autores de esta publicación esperan que los lectores hayan comprendido mejor este sistema y que logren éxitos en los respectivos sectores.

## GLOSARIO

**Acuerdo de licencia** – Se trata de un contrato que incluye una licencia para la utilización de una obra protegida por derecho de autor. En función de los diferentes derechos comprendidos en el derecho de autor, se han creado varios tipos de acuerdos de licencias, como los contratos de publicación, de interpretación o ejecución, de radiodifusión, de distribución y de traducción. Los acuerdos de licencia deben distinguirse de otros tipos de contrato relativos al derecho de autor, como los acuerdos de cesión del derecho de autor, los contratos de trabajo concertados con autores asalariados así como los contratos relativos a obras encomendadas. En las legislaciones locales de derecho de autor se pueden prever normas obligatorias en materia del contenido de los contratos de utilización de obras de autores, por ejemplo, disposiciones relativas a la interpretación restrictiva del alcance de la licencia, la estipulación de derechos equitativos de los autores, la posibilidad de rescisión del contrato cuando los derechos concedidos no sean utilizados y la limitación de la facultad de obtener licencias para las obras futuras del autor.

Una licencia debe ser específica en cuanto a qué derechos se conceden y qué compensación se está abonando (incluida toda compensación en curso). Esos derechos pueden ser exclusivos (no serán concedidos a otra entidad) o no exclusivos (pueden ser concedidos a varias entidades). Los derechos pueden ser restringidos en el tiempo (el período de vigencia), la ubicación (el territorio), el idioma o cualquier otro factor convenido por las partes.

**Adaptación** – Se entiende por adaptación la modificación de una obra preexistente, pasando de un género a otro, como en el caso de las adaptaciones cinematográficas de novelas u obras musicales. Dado que la adaptación supone la alteración de la composición de la obra, a diferencia de la traducción, que transforma únicamente su forma de expresión, la adaptación de una obra protegida por la legislación de derecho de autor está sujeta a la autorización del titular del derecho de autor sobre la obra.

**Adquisición de derechos** – Se dice que la parte que obtiene en licencia los derechos de otra parte está adquiriendo esos derechos, y se suele hacer referencia


a las personas encargadas de la búsqueda de películas para su distribución con el nombre de agentes de adquisiciones (citados anteriormente).

**Adquisición del derecho de autor** – Esta expresión hace referencia al hecho de que, en virtud de la ley, mediante el acto de creación de una obra y su fijación en un medio (escrito, filmado o registrado de cualquier otro modo), el autor obtiene el derecho de autor sobre esa obra. De conformidad con el Convenio de Berna y las leyes de todos los países signatarios de ese Convenio, la adquisición del derecho de autor no debería estar sujeta ninguna formalidad, y existe desde el momento de la creación.

**Agente de adquisiciones** – Se trata del representante de un distribuidor territorial encargado de la búsqueda/adquisición de películas y la programación con objeto de proveer a las necesidades de distribución de su empresa en un territorio.

**Agente de ventas** – Se trata de una especie de distribuidor que actúa como intermediario para transferir los derechos de distribución a los distribuidores territoriales. El productor o el titular de los derechos concede generalmente una licencia de los derechos de distribución a nivel mundial a un agente de ventas quien, a su vez, concede en licencia esos derechos territorio por territorio. A menudo se hace referencia a los “agentes de ventas” como los “vendedores” o “licenciarios” y, en muchas jurisdicciones, sus actividades se rigen por un conjunto específico de leyes que no los reconocen específicamente como distribuidores sino como agentes que actúan en representación de un tercero con obligaciones específicas. En este contexto, suelen firmar los contratos “como agente del” titular de los derechos. Es importante entender qué derechos y obligaciones puede transferir el agente de ventas en representación del productor, dado que pueden estar limitados a los derechos de distribución territorial, pero asimismo pueden incluir otros derechos u obligaciones derivados.

**Autor** – La legislación nacional define quiénes se consideran los autores de una película, pero, en la mayoría de los casos, se trata del productor, el director, el guionista y quienes participan en la creación de la música. Estos autores tienen derechos específicos que dependen de la jurisdicción y pueden no ser personas reales. Por ejemplo, en los Estados Unidos de América, debido



a cuestiones de “obra por contrato”, a menudo se considera como autor la propia empresa productora.

**Cadena de titularidad (CDT)** – Se entiende por cadena de titularidad la recopilación documentada de cesiones al productor, a la entidad de finalidad específica (SPE), al distribuidor o a otra entidad que acredite su titularidad sobre los derechos de distribución de una película.

**Canales de distribución** – Por esta expresión se entiende generalmente las diversas formas de distribución de una película: cine, entretenimiento en el hogar (DVD), televisión (emisión, por cable y por satélite), Internet (transmisión por flujo continuo y descarga), dispositivos móviles (teléfonos, iPads y tabletas) y fuera de las salas de cine (interpretación o ejecución públicas, emisiones educativas, en barcos, hoteles y aerolíneas), pero también puede hacer referencia a la forma en la que la película llega a ese medio: por un agente de ventas, una organización de distribución mundial, como un gran estudio, a través de mercados de venta de películas y televisión.

**Cesión** – Se entiende por cesión la transferencia del derecho de autor de un autor a un productor o a una entidad de finalidad específica (SPE), como una suerte de propiedad. A diferencia de las licencias, que suponen únicamente la concesión de determinados derechos de utilización de la obra, mediante la cesión se transfiere el propio derecho de autor. Las leyes que regulan la cesión de derechos, así como los derechos que pueden ser cedidos (es necesario saber si los derechos morales pueden ser cedidos o no), el período de duración de la cesión del derecho y otras cuestiones, varían según los países. La aplicabilidad de la cesión del derecho debe estar confirmada por abogados locales para garantizar que no pueda cuestionarse. La persona que cede el derecho de autor se denomina el cesionista. El primer cesionista de un derecho de autor es generalmente el autor o sus herederos. La persona a quien se cede el derecho de autor recibe el nombre de cesionario.

**Cesión de derechos** – La transmisión de derechos de un autor a otra persona o entidad legal por contrato, permitiéndole utilizar la obra de una determinada manera. Los documentos examinados en la presente publicación se refieren todos a la cesión de derechos entre varias entidades: autores, productores,

distribuidores y otros. Esta cesión de derechos está documentada por la CDT citada anteriormente.


**Derecho de redifusión (*catch up*)** – El derecho a retransmitir programas emitidos por Internet mediante acceso gratuito durante un período de tiempo limitado, inmediatamente después de la primera emisión en un territorio.

**Distribución** – Se entiende por distribución las actividades de comercialización y de explotación del derecho de autor de una película. Pueden incluir la concesión de licencias sobre amplios derechos de distribución en un territorio específico, la contratación de una película para una sala de cine y el cobro de los ingresos, o incluso la difusión de una película en una página Web gratuita en Internet. La distribución es toda la cadena de valor de la explotación del derecho de autor de una película. Esta se inicia con el primer acuerdo de distribución entre el productor y cualquier distribuidor.

**Distribuidor** – El distribuidor y el “productor” son dos de los conceptos más mal interpretados en las industrias cinematográfica y televisiva. Hay varios tipos de distribuidores. Cuando se usa el término distribuidor en general, el significado será cualquier entidad que participe tanto en la presentación minorista de la película o del programa de televisión al público (también llamado distribuidor territorial) como en la cesión de los derechos de distribución a una entidad que se encargue de ofrecer los derechos a otros distribuidores (por ejemplo, un agente de ventas u otra entidad).

**Distribuidor territorial** – Se entiende por distribuidor territorial la entidad que obtiene directamente ingresos de la explotación de la película o del programa de televisión en una zona geográfica específica (puede ser mundial como en el caso de los grandes estudios estadounidenses o en países individuales o regiones). Un distribuidor territorial puede ser un distribuidor con todos los derechos o especializado en un derecho específico, un distribuidor de televisión o en Internet, por ejemplo. También se le denomina “comprador”, “subdistribuidor”, o “licenciario”.

**Empresa agregadora** – En muchos casos, los nuevos medios de comunicación, como Amazon, iTunes, Hulu o DailyMotion no adquieren títulos de forma individual y sólo adquieren grandes paquetes de derechos que les son



ofrecidos por empresas que se llaman agregadoras y que reúnen los derechos de titulares de derechos individuales. Estas empresas agregadoras pueden incluir conglomerados de medios de comunicación, como Viacon y Warner Bros. o empresas especializadas.

**Entidad de finalidad específica (SPE, por su sigla en inglés)** – Se trata de la empresa titular del derecho de autor, que posee los derechos que conforman la Cadena de Titularidad (CDT) y, por lo tanto, la propiedad de la película. Según lo examinado anteriormente, el derecho de autor incluye, entre otras cosas, los derechos subyacentes, el guión y la música. Por su parte, la SPE otorga licencias de los derechos de distribución al distribuidor o a otras entidades titulares de derechos. Además de concentrar todos los derechos y obligaciones de la producción en una entidad específica, de forma que ninguna obligación no relacionada de los directores afecte a la película, la SPE permite a los financieros establecer una garantía sobre todos los activos de la SPE (la película y los derechos y las opciones subyacentes); lo que suele ser necesario para comprometer fondos. Aunque la SPE no exime en modo alguno a los distribuidores de la responsabilidad civil, simplifica las cuestiones de seguro en particular la protección E&O. A medida que el derecho de autor se adquiere de los autores o de otras entidades para la película, se cede o se concede en licencia a la SPE. En el caso de la mayoría de los autores, las cesiones de derechos están reglamentadas por leyes, contratos y acuerdos de asociación o de sindicato en los que se especifican los derechos de los autores y las obligaciones en curso de la SPE referentes al pago de regalías y de residuales.

**Exclusividad de los derechos** – Los derechos pueden ser exclusivos o no exclusivos. El titular de un derecho exclusivo sobre una obra puede ejercerlo para excluir a cualquier persona respecto de la adquisición de derechos similares sobre la misma obra. El derecho de autor en su conjunto y todos los derechos de los autores comprendidos en él tienen asimismo carácter exclusivo, ninguna persona que no sea el titular de esos derechos puede explotar la obra sin autorización, salvo en determinados casos expresamente previstos en la legislación. Las licencias concedidas por el titular del derecho de autor para utilizar la obra pueden también comportar derechos exclusivos si así se acuerda o la ley lo estipula. Habida cuenta de las muchas tecnologías de distribución de los nuevos medios de comunicación, los



derechos se adquieren de manera no exclusiva, lo que significa que varias entidades pueden ofrecer los mismos derechos al público, de la misma manera que varios cines proyectan la misma película, y podría decirse que tienen derechos de exhibición no exclusivos sobre esa película.


**Explotación de una obra** – Es la utilización de una obra con fines lucrativos mediante la exhibición, la reproducción, la distribución u otro modo de transmisión al público. La explotación de obras protegidas por derecho de autor va unida a la explotación de los derechos de los autores sobre esas obras.

**Geofiltrado** – Se entiende por geofiltrado las soluciones tecnológicas que permiten ofrecer los derechos de los nuevos medios de comunicación (normalmente derechos de VOD por Internet o de transmisión por flujo continuo) únicamente a un territorio geográfico limitado.

**Licencia** – Se entiende por licencia la autorización concedida por el autor u otro titular del derecho de autor o el agente designado (licenciante) al usuario de la obra (licenciataria). A diferencia de la cesión, la licencia no transfiere la titularidad; constituye únicamente un derecho a utilizar la obra con sujeción al derecho de autor sobre ella, derecho que sigue siendo de la pertenencia del licenciante, aunque queda restringido en función del alcance de la licencia concedida. La licencia puede ser exclusiva o no exclusiva. En el último caso, el titular del derecho de autor puede conceder también licencias similares a otros licenciataria. En las convenciones de derecho de autor y en las legislaciones nacionales de derecho de autor pueden preverse licencias obligatorias y licencias legales en casos especiales.

**Licencia legal** – Se entiende por licencia legal una autorización concedida por ley para utilizar una obra protegida por derecho de autor de una manera determinada y en ciertas condiciones, mediante el pago de una remuneración al autor.

**Obra audiovisual** – Es una obra perceptible a la vez por el oído y por la vista, y que consiste en una serie de imágenes relacionadas y de sonidos concomitantes, grabados sobre un soporte apropiado (fijación audiovisual), para ser ejecutada mediante la utilización de dispositivos apropiados. Solo puede hacerse perceptible bajo una única y misma forma, a diferencia de la interpretación o ejecución de obras dramáticas que varía en función de la



representación escénica real. Entre las obras audiovisuales figuran las obras cinematográficas acompañadas de sonido, las producciones televisivas y las producciones para Internet.

**Película** – En este término se incluyen largometrajes, cortometrajes y documentales para su exhibición en cualquier medio de comunicación (cine, televisión, DVD, nuevos medios de comunicación). Las películas son obras audiovisuales autónomas, a diferencia de las series de televisión o los episodios para la Web. A los efectos del derecho de autor, una película es de hecho una colección de derechos que posee una única entidad. Estos derechos incluyen el guión, los derechos subyacentes (el libro en el que se basa el guión, por ejemplo), la música, las interpretaciones y ejecuciones, el vestuario, así como los logotipos, el material gráfico u otra propiedad intelectual que esté incluida en la parte visual o de audio de la película finalizada.

**Productor** – A los efectos de la presente publicación, el productor es la entidad responsable de organizar y documentar los elementos creativos, comerciales y físicos necesarios para finalizar la película. Esto incluye negociar y documentar todas las transacciones de derechos pertinentes según se expone a continuación. Asimismo, productor es un término genérico para la entidad que posee el derecho de autor de la película (la entidad de finalidad específica o SPE). Cuando se utiliza el término “productor” en general, se hace referencia al titular de los derechos originales de la película, que podría ser un gran estudio estadounidense o un productor o financiero local.

**Realizador cinematográfico** – El término de realizador cinematográfico (cineasta) se aplica generalmente al productor o los autores de una película. En aras de la precisión, el término se utilizará pocas veces en la presente publicación.

**Regalías** – Por regalías se entiende generalmente un tipo particular de remuneración de los autores que representa la parte correspondiente al autor de los ingresos provenientes de la utilización de su obra. Las regalías pueden calcularse basándose en los ingresos brutos (todo el dinero generado mediante la explotación de la obra) o en los ingresos netos (todo el dinero después de la deducción de los costos especificados, como copias y

publicidad, remuneración de distribución, intereses, costos de producción y, en algunos casos, gastos generales). Las estructuras de las regalías pueden ser complejas y es importante que los autores comprendan cómo serán calculadas y abonadas sus regalías.

**Representante del productor** – Una entidad que representa a un productor o a un titular de los derechos a la hora de concluir un acuerdo local (muy común en los Estados Unidos) y posiblemente de conseguir un agente de ventas.

**Titular de los derechos** – Cuando se hace referencia a una película, los titulares de los derechos son entidades que “poseen” o mantienen el derecho de autor sobre esa película. En otras palabras, son los licenciarios designados de los diversos derechos que se han reunido para formar la base creativa de la película. En última instancia, son las entidades que tienen el derecho a conceder licencias de los derechos de distribución (y en algunos casos incluso de vender el derecho de autor a un nuevo titular de derechos). Los titulares de derechos subyacentes son las entidades que “poseen” o detentan el derecho de autor sobre los elementos protegidos, que participan en la creación de la película, en particular el guión, el material en el que se basa el guión y la música contenida en la película.

## AGRADECIMIENTOS

Los autores desean agradecer las valiosas contribuciones de las personas mencionadas a continuación. Sin su generosa ayuda, no hubiera sido posible allanar las complejidades de los muchos y variados temas abordados en este libro. Nos gustaría agradecer especialmente la ayuda y la dedicación incansables de Donna M.A. Hill de la OMPI. Su paciencia y constante orientación han hecho posible esta publicación.

- Afolabi Adesanya – Director Gerente, *Nigerian Film Corporation*, Jos, Nigeria
- Guillaume Blanchot – Director Multimedia, *Centre National de la Cinématographie* (CNC), París, Francia
- Alberto Cañizares – Presidente, *Key2Media*, Madrid, España
- Peter Dally – Abogado, *New Media Law*, LLP, Londres, Reino Unido
- Michael C. Donaldson, Esq. – Abogado, *Donaldson & Callif*, LLP, Los Angeles, California, Estados Unidos de América
- David Greenspan – Abogado, Los Angeles, California, Estados Unidos de América
- Donna M.A Hill – Consejera, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, Ginebra, Suiza
- Judith Miller – Abogada/Socia, *DLA Piper*, Sydney, Australia
- Stephen Monas—Director General, *Business Affairs, Inc.*, Santa Monica, California, Estados Unidos
- Efere Ozako, Abogado, *Efere Ozako & Associates*, Lagos, Nigeria
- Jean Prewitt, Presidenta y Directora General, *Independent Film & Television Alliance* (IFTA) Los Angeles, California, Estados Unidos
- Richard Tan – Abogado y Árbitro, *Stamford Law Corporation*, Singapur

## REFERENCIAS

### Libros

- Cones, John W., Film Finance and Distribution: A Dictionary of Terms. Silman-James Press (Junio de 1992)
- Donaldson, Michael C., Clearance and Copyright: Everything the Independent Filmmaker Needs to Know y The American Bar Association's Legal Guide to Independent Filmmaking. Silman-James Press, 2º edición revisada y actualizada (septiembre de 2003) and American Bar Association (16 de agosto de 2011)
- Erickson, Tulchin et al., The Independent Film Producer's Survival Guide. Schirmer G Books, 3ª edición (1 de octubre de 2009)
- Lee Jr, John J., The Producer's Business Handbook, Third Edition: The Roadmap for the Balanced Film Producer. Focal Press, 3ª edición (15 de noviembre de 2010)
- Litwak, Mark, Contracts for the Film and Television Industry. Silman-James Pr; 2ª edición ampliada (1 de febrero de 1999)
- Moore, Schuyler, The Biz: The Basic Business, Legal and Financial Aspects of the Film Industry. Silman-James Pr, 3ª edición ampliada y actualizada (10 de junio de 2007)
- Squire, Jason, The Movie Business Book: 3<sup>rd</sup> Edition. Fireside, (29 de junio de 2004)

### Revistas

- DAILY VARIETY – La revista diaria de la industria del cine más respetada.
- WEEKLY VARIETY – Muchas de las mismas historias de la revista diaria pero con análisis en profundidad de muchos temas, publicada en Nueva York.
- THE HOLLYWOOD REPORTER – Revista de cine semanal centrada en los mercados independientes e internacionales.
- SCREEN INTERNATIONAL – Revista semanal de la industria del cine con análisis en profundidad de temas internacionales, publicada en Londres.
- LE FILM FRANCAIS – Revista semanal francesa con excelente reportaje de noticias sobre cine nacionales e internacionales publicada en París.

- LE FILM FRANCAIS – Revista semanal francesa de televisión/cine con excelente reportaje de noticias nacionales e internacionales sobre cine, televisión y medios, publicada en París.
- LEGIPRESSE – Revista francesa mensual legal sobre el sector del entretenimiento.

## Recursos online

[www.wipo.int](http://www.wipo.int) – Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)

[www.wipo.int/amc](http://www.wipo.int/amc) – Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI

[www.ifta-online.org](http://www.ifta-online.org) – Alianza de Cine y Televisión Independiente

[www.imdb.com](http://www.imdb.com) – The Internet Movie Database (la base de datos de películas de Internet – información sobre miles de películas incluidos taquilla, distribución y productores – IMDB Pro es barata y valiosa como base de datos de direcciones.

[www.lefilmfrancais.com](http://www.lefilmfrancais.com) – Sitio Web de la principal revista de cine de Francia, en francés

[www.thelegalelite.com](http://www.thelegalelite.com) – Compendio de cuestiones jurídicas relacionadas con el cine y la televisión

[www.michaelcdonaldson.com](http://www.michaelcdonaldson.com) – Compendio de cuestiones jurídicas relacionadas con el cine que hace hincapié especialmente en consideraciones sobre “uso justo” y derecho de autor

[www.marklitwak.com](http://www.marklitwak.com) – Otra gran fuente jurídica centrada en los contratos

[www.cinando.com](http://www.cinando.com) – Base de datos asociada al Mercado del Cine de Cannes

[www.variety.com](http://www.variety.com) – Revista Variety – estupendo archivo, gráficos de taquilla y más información de utilidad

[www.screendaily.com](http://www.screendaily.com) – Sitio Web de la revista *Screen International*

[www.netflix.com](http://www.netflix.com) – El distribuidor de DVD en línea con más éxito de los Estados Unidos de América.

[www.hulu.com](http://www.hulu.com) – Servicio VOD de transmisión por flujo continuo /descarga

[www.dga.org](http://www.dga.org) – Información sobre contratos para el sindicato estadounidense de directores e información sobre sus actividades

[www.sag.com](http://www.sag.com) – Información sobre el sindicato estadounidense de actores; información sobre contratos, utilización de actores estadounidenses en sus películas, etc.

[www.wga.org](http://www.wga.org) – Sitio Web de U.S. Writers Guild. Condiciones de los contratos e información para escritores

[www.mpa.org](http://www.mpa.org) – *Motion Picture Association of America* (Asociación Cinematográfica Norteamericana), incluye datos importantes sobre los mercados de exhibición mundiales

[www.ifp.org](http://www.ifp.org) – *Independent Feature Project New York* (Proyecto de Cine Independiente de Nueva York) – grupo de apoyo para los realizadores de cine independientes

[www.film-independent.org](http://www.film-independent.org) – grupo de apoyo para los realizadores de cine independientes con sede en Los Ángeles

[www.marklitwak.com](http://www.marklitwak.com) – Mark Litwak es uno de los abogados de contratos más importantes del sector del espectáculo de los Estados Unidos y ha escrito una serie de libros que presentan contratos tipo en todos los sectores de producción de cine y televisión.

Informes:

Multi-Territory Licensing of Audiovisual Works in the European Union – Final Report Prepared for the European Commission, DG Information Society and Media – Octubre 2010 (Concesión de licencias multiterritoriales de obras audiovisuales en la Unión Europea – Informe final preparado por la Comisión Europea, DG Sociedad de Información y Medios de Comunicación – Octubre de 2010)



## FILMOGRAFÍA (POR DECENIOS)

**(P) – PRODUCTOR / (D) -DISTRIBUIDOR**

### **Antes de 1970:**

- "El nacimiento de una nación" – ("*The Birth of a Nation*") dirigida por D.W. Griffith (1915) – (P) *David W Griffith Corp; Epoch Producing Corporation* / (D) *Epoch Producing Corporation*
- "La parada de los monstruos" (España)/" Fenómenos"(Sudamérica) – ("*Freaks*") dirigida por Tod Browning (1932) – (P) MGM / (D) MGM
- "Blancanieves y los siete enanos" – ("*Snow White and the Seven Dwarfs*") dirigida por William Cottrell (1937) – David Hand, Wilfred Jackson, Larry Morey, Perce Pearce y Ben Sharpsteen – (P) *Walt Disney Productions* / (D) *RKO Radio Pictures* (distribución comercial original)
- "La leyenda del Gran Judo" – ("*Sugata Sanshirô*") dirigida por Akira Kurosawa (1943) – (P) y (D) *Toho Films Studio*
- "La jungla de asfalto"(España)/ "Mientras la ciudad duerme"(Sudamérica) – ("*The Asphalt Jungle*") dirigida por John Huston (1950) – (P) y (D) *Metro-Goldwyn-Mayer*
- "Pierrot el loco" – ("*Pierrot le fou*") dirigida por Jean-Luc Godard (1967) – (P) *Films Georges de Beauregard, Rome Paris Films, Dino de Laurentiis Cinematografica* / (D) *Société Nouvelle de Cinématographie, Pathé Contemporary Films*
- "La sirena del Mississippi" – ("*La sirène du Mississippi*" / "*Mississippi Mermaid*") dirigida por François Truffaut (1969) – (P) *Les Films du Carrosse; Artistes Associés* / (D) *United Artists*

### **Decenio de 1970:**

- "Muerte en Venecia" – ("*Morte a Venezia*" / "*Death in Venice*") dirigida por Luchino Visconti (1971) – (P) *Alfa Cinematografica* / (D) *Warner Bros. Pictures*
- "Relaciones sangrientas" – ("*Les noces rouges*" / "*Wedding in Blood*") dirigida por Claude Chabrol (1973) – (P) *Les Films de la Boétie, International Italian Film* / (D) *New Line Cinema*
- "La sirenita" – ("*Andasen dôwa ningyo-hime*" / "*The Little Mermaid*") dirigida por Tomoharu Katsumata (1975) – (P) y (D) *Toei Doga*
- "El viejo fusil" – ("*Le vieux fusil*" / "*The Old Gun*") dirigida por Robert Enrico (1975) – (P) *Les Productions Artistes Associés; (D) United Artists Films*



- "Alien, el octavo pasajero" – ("*Alien*") dirigida por Ridley Scott (1979) – (P) *Brandywine Productions; Twentieth Century Fox Productions* / (D) *Twentieth Century Fox Film Corporation*

### **Decenio de 1980:**

- "El resplandor" – ("*The Shining*") dirigida por Stanley Kubrick (1980) – (P) *Warner Bros. Pictures* / (D) *Warner Bros.*
- "Tres solteros y un biberón" – ("*Trois hommes et un couffin*" / "*Three Men and a Cradle*") dirigida por Coline Serreau (1985) – (P) *Flach Films, TF1 Films Productions* / (D) *AAA, The Samuel Goldwyn Company*
- "Tres hombres y un bebé" o "Tres hombres y un biberón" – ("*Three Men and a Baby*") dirigida por Leonard Nimoy (1987) – (P) *Interscope Communications, Touchstone Pictures* / (D) *Buena Vista Pictures*
- "Mi vecino Totoro" – ("*Tonari no Totoro*" / "*My Neighbour Totoro*") dirigida por Hayao Miyazaki (1988) – (P) *Tokuma Japan Communications Co. Ltd. & Studio Ghibli* / (D) *Toho Company, Walt Disney Pictures*
- "El Príncipe de Zamunda"(España)/ "Un príncipe en Nueva York" – ("*Coming to America*") dirigida por John Landis (1988) – (P) y (D) *Paramount Pictures*
- "La sirenita" – ("*The Little Mermaid*") dirigida por Ron Clements y John Musker (1989) – (P) *Walt Disney Pictures* / (D) *Buena Vista Distribution Company*
- "De Profesión: Duro"(España)/ "El Duro" (Sudamérica) – ("*Road House*") dirigida por Rowdy Herrington (1989) – (P) *Silver Pictures* / (D) *United Artists, United International Pictures (UIP)*

### **Decenio de 1990:**

- "La caza del octubre rojo" o "La Caza al Octubre Rojo" – ("*The Hunt for Red October*") dirigida por John McTiernan (1990) – (P) *Paramount Pictures* / (D) *United International Pictures (UIP)*
- "Porco Rosso" – ("*Kurenai No Buta*") dirigida por Hayao Miyazaki (1992) – (P) *Nippon Television Network Corporation (NTV) & Studio Ghibli* / (D) *Toho Company*
- "Juego de patriotas" – ("*Patriot Games*") dirigida por Philip Noyce (1992) – (P) *Paramount Pictures* / (D) *United International Pictures (UIP)*
- "Bye-Bye" – ("*Bye-Bye*") dirigida por Karim Dridi (1995) – (P) *ADR Productions, La Compagnie Méditerranéenne de Cinéma, La Sept Cinéma* / (D) *Diaphana Films, Arab Film Distribution*



- "Shine, El resplandor de un genio" (España)/ "Claroscuro"(Sudamérica) – ("Shine") dirigida por Scott Hicks (1996) – (P) *Australian Film Finance Corporation y Film Victoria* / (D) *Buena Vista International*
- "El tren de la vida" – ("Train de Vie" / "Train of Life") dirigida por Radu Mihaileanu (1998) – (P) *Noé Productions, RTL-TVI* / (D) *AB International Distribution, Paramount Classics*
- "Fait d'hiver" – ("Fait d'hiver") dirigida por Robert Enrico (1999) – (P) *At Productions, 3 Emme Cinematografica* / (D) *Ideal Films*

### **Decenio de 2000:**

- "Tigre y dragón"(España)/ "El tigre y el dragón"(Sudamérica) – ("Crouching Tiger, Hidden Dragon") dirigida por Ang Li (2000) – (P) *Asia Union Film & Entertainment Ltd., Columbia Pictures Film Production Asia* / (D) *Warner Bros., Sony Pictures Classics*
- "¡Salsa!" – ("Salsa") dirigida por Joyce Buñuel (2000) – (P) *Canal + España, Mate Producciones S.A.* / (D) *United Artists International (UIP)*
- "Cachitos picantes" – ("Picking up the Pieces") dirigida por Alfonso Arau (2000) – (P) *Comala Films Production*; (D) *Kushner-Locke*
- "Evolución" – ("Evolution") dirigida por Ivan Reitman (2001) – (P) *Columbia Pictures Corporation* / (D) *DreamWorks Distribution (USA), Columbia TriStar Distributors International*
- "El señor de los anillos: La comunidad del anillo" – ("The Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring") dirigida por Peter Jackson (2001) – (P) *New Line Cinema, WingNut Films* / (D) *Warner Bros.*
- "Las almas fuertes" – ("Les Âmes Fortes" / "Savage Souls") dirigida por Raoul Ruiz (2001) – (P) *MDI, Films du Lendemain* / (D) *France Televisions Distribution, Paramount Classics*
- "Mulholland Drive"(España)/ "El camino de los sueños (Argentina)/ "Sueños, misterios y secretos" (Sudamérica) – ("Mulholland Drive") dirigida por David Lynch (2001) – (P) *Les Films Alain Sarde, Asymmetrical Productions* / (D) *Bac Films, Universal Pictures*
- "Astérix y Obélix: Misión Cleopatra" – ("Astérix et Obélix: Mission Cléopâtre" / "Asterix and Obelix Meet Cleopatra") dirigida por Alain Chabat (2002) – (P) *Renn Productions* / (D) *Pathé Distribution*
- "Perdidos en La Mancha" – ("Lost in La Mancha") dirigida por Keith Fulton y Louis Pepe (2002) – (P) *Quixote Films* / (D) *IFC Films – Haut & Court*

- "Ser y tener" – ("*Être et avoir*" / "*To Be and To Have*") dirigida por Nicolas Philibert (2002) – (P) *Maïa Films* / (D) *Films du Losange*
- "Harry Potter y la cámara secreta" – ("*Harry Potter and the Chamber of Secrets*") dirigida por Chris Columbus (2002) – (P) y (D) *Warner Bros. Pictures*
- "El señor de los anillos: Las dos torres" – ("*The Lord of the Rings: The Two Towers*") dirigida por Peter Jackson (2002) – (P) *New Line, WingNut Films* / (D) *Warner Bros.*
- "Les yeux secs" – ("*Les yeux secs*" / "*Cry No More*") dirigida por Narijiss Nejjar (2003) – (P) *Jbila Méditerranée Productions* / (D) *Pierre Grise Distribution*
- "Largo domingo de noviazgo" (España) / "Amor eterno" (Sudamérica) – ("*Un long dimanche de fiançailles*" / "*A Very Long Engagement*") dirigida por Jean-Pierre Jeunet (2004) – (P) *2003 Productions, Warner Bros.* / (D) *Warner Bros.*
- "El Señor de los anillos: El retorno del Rey" – ("*The Lord of the Rings: The Return of the King*") dirigida por Peter Jackson (2003) – (P) *New Line, WingNut Films* / (D) *Warner Bros.*
- "Las bordadoras" – ("*Brodeuses*" / "*A Common Thread*") dirigida por Eleonore Fauchet (2004) – (P) *Disney* / (D)
- "Tiempos de amor, juventud y libertad" – ("*Zui Hao De Shi Guang*" / "*Three Times*") dirigida por Hou Hsiao Hsien (2005) – (P) *3H Productions, Orly Films, Paradis Films* / (D) *IFC Films, Artificial Eyes*
- "300" – ("*300*") dirigida por Zack Snyder (2006) – (P) *Warner Bros. Pictures* / (D) *Warner Bros.*
- "Persépolis" – ("*Persepolis*") dirigida por Marjane Satrapi y Vincent Paronnaud (2006) – (P) *247 Films, The Kennedy/Marshall Company* / (D) *Diaphana Films, Sony Pictures Classic*
- "El canibal de Rothenburg" o "El canibal de Rotenburgo" – ("*Rohtenburg*" / "*Grimm Love*") dirigida por Martin Weisz (2006) – (P) *Senator Entertainment Company, Atlantic Streamline* / (D) *Lightning Entertainment, Senator Films*
- "Zodiac" (España) / "Zodiaco" (Sudamérica) – ("*Zodiac*") dirigida por David Fincher (2007) – (P) *Paramount Pictures, Warner Bros. Pictures* / (D) *Warner Bros.*
- "Los limoneros" (España) / "El árbol de lima" – ("*Lemon Tree*") dirigida por Eran Riklis (2008) – (P) *Heimatfilm, MACT Productions, Eran Riklis Productions, arte France Cinéma, ZDF/Arte* / (D) *Océans Films, IFC Films*



- "Slumdog Millionaire" (España)/ "Quisiera ser millonario" (Perú)/ "¿Quién quiere ser millonario?" (Argentina, Chile, México, Uruguay, Venezuela)/ "¿Quieres ser millonario?" (Colombia) – ("Slumdog Millionaire") dirigida por Danny Boyle (2008) – (P) *Pathé Pictures International* / (D) *Pathé, Fox Searchlight Pictures*
- "En tierra hostil" (España)/ "Zona de miedo" o "Vivir al límite" (Sudamérica) – ("The Hurt Locker") dirigida por Kathryn Bigelow (2008) – (P) *Voltage Pictures* / (D) *Voltage Pictures, Summit Entertainment*
- "SérAPHINE" – ("SérAPHINE") dirigida por Martin Provost (2008) – (P) *TS Productions* / (D) *Diaphana Films*
- Saga "Crepúsculo" – (Saga "Twilight") (2008 – 2010) – (P) *Summit Entertainment* / (D) *Summit Entertainment*

### **Decenio de 2010:**

- "Harry Potter y las reliquias de la muerte – Parte 1" – ("Harry Potter and the Deathly Hallows – Part 1") dirigida por David Yates (2010) – (P) y (D) *Warner Bros. Pictures*
- "Incendies" o "La mujer que cantaba" – ("Incendies") dirigida por Denis Villeneuve (2010) – (P) *TS Productions* / (D) *Happiness Distribution, Sony Pictures Classics*
- "El Tío Boonmee que recuerda sus vidas pasadas" – ("Loong Boonmee Raleuk Chat" / "Uncle Boonmee Who Can Recall His Past Lives") dirigida por Apitchapong Werasethacul (2010) – (P) *Anna Sanders Films, Eddie Saeta S.A. (co-production), Geißendörfer Film- und Fernsehproduktion (GFF), Match Factory, con el apoyo del Ministerio de Cultura de Tailandia y el Fondo para la Cinematografía Mundial* / (D) *The Match Factory*
- "Las aventuras de Tintín: El secreto del unicornio" – ("The Adventures of Tintin: The Secret of the Unicorn") dirigida por Steven Spielberg (2011) – (P) *Amblin Entertainment, Kennedy/Marshall Company* / (D) *Paramount Pictures*
- "El Hobbit: Parte I y II" – ("The Hobbit: Part I and II") dirigida por Peter Jackson (2012-2013) – (P) *Metro-Goldwyn-Mayer, New Line, WingNut Films* / (D) *MGM, Warner Bros.*
- "Resacón 2: ¡Ahora en Tailandia!" (España)/ "¿Qué pasó ayer?" (Sudamérica) – ("The Hangover Part II") dirigida por Todd Phillips (2011) – (P) y (D) *Warner Bros.*

**2013:**

- "The Bling Ring" o "Adoro la fama"(Sudamérica) – (" *The Bling Ring*")  
dirigida por Sofia Coppola – (P) *American Zoetrope; NALA Films*  
*en colaboración con Studio Canal / (D) FilmNation Entertainment;*  
*Pathé Distribution*

## ANEXO I

El presente Acuerdo de distribución es un ejemplo basado en diversas fuentes, incluidos los formularios normalizados de la IFTA, así como formularios creados por los autores. Es importante tener en cuenta que estos contratos pueden variar considerablemente y están sometidos a las leyes locales y las costumbres de la industria.

### ACUERDO DE DISTRIBUCIÓN

El presente Acuerdo de Distribución se celebra el \_\_\_\_\_, de 20\_\_\_\_ entre, por una parte, *ABC Distribution*, (en adelante, el “**licenciante**”) y, por la otra parte \_\_\_\_\_ (en adelante, el “**distribuidor**”)

Domicilio: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Correo-e: \_\_\_\_\_

Con sujeción a los términos del presente acuerdo y condicionado al pago de la garantía mínima, el licenciante otorga por el presente documento al distribuidor los derechos concedidos en licencia para el (los) territorio(s), el (los) idioma(s) y el período de vigencia, según se definen a continuación:

A. **Película(s)**: \_\_\_\_\_

B. **Territorio(s)**: \_\_\_\_\_

**Idioma(s) autorizado(s)**: \_\_\_\_\_

C. **Período de vigencia**: \_\_\_\_ años a partir de la notificación del licenciante de la disponibilidad de entrega inicial al distribuidor.

D. **Condiciones financieras**:

1. **Garantía mínima**: \_\_\_\_ USD \_\_\_\_\_ a pagar:

#### **Método de pago escalonado (si no es una transferencia bancaria)**

\_\_\_\_ % (USD \_\_\_\_\_) a la ejecución del presente Acuerdo \_\_\_\_\_

\_\_\_\_ % (USD \_\_\_\_\_) a la \_\_\_\_\_

\_\_\_\_ % (USD \_\_\_\_\_) a la \_\_\_\_\_

\_\_\_\_ % (USD \_\_\_\_\_) a la Notificación de la Entrega Inicial \_\_\_\_\_

\_\_\_\_ % (USD \_\_\_\_\_) a la \_\_\_\_\_

La garantía mínima es un importe neto mínimo y no podrá efectuarse deducción alguna. Los derechos sobre la película no pertenecerán al distribuidor hasta el pago en su totalidad de la garantía mínima, de conformidad con las condiciones del presente documento.

La garantía mínima será asignada: \_\_\_\_% a derechos de proyección en sala de cine, \_\_\_\_% a derechos de vídeo y \_\_\_\_% al resto de derechos concedidos en licencia.

2. **Pago:** Salvo que se indique lo contrario, el distribuidor abonará todos los importes pagaderos al licenciante en virtud del presente documento mediante transferencia bancaria de los fondos no comprometidos, libre de cargos de transmisión, a la siguiente cuenta (salvo que el licenciante notifique lo contrario por escrito):

- ABC Distribution
- c/o City National Bank
- 400 North Roxbury Dr.
- Beverly Hills, California 90210
- Cuenta nº 001-123456
- ABA # 122-122-122

Si el licenciante así lo exigiera, el distribuidor aceptará ejecutar una notificación de la cesión y la aceptación del distribuidor según el formulario adjunto como Apéndice al presente documento (o, si no se adjunta nada, en la forma exigida por el banco del licenciante).

3. **Carta de crédito:** Si así se indica *supra*, el distribuidor abonará los plazos indicados de la garantía mínima mediante una carta de crédito irrevocable según el formulario adjunto como Apéndice al presente documento o, si no se adjunta ese documento, en la forma y en las condiciones previstas por el banco del licenciante.

#### E. Notificaciones:

1. Todas las notificaciones del Distribuidor al Licenciante se harán a:
  - ABC Distribution
  - 1925 Century Park East
  - Los Angeles, CA 90067
  - Teléfono: 310.555.8300; Correo-e: sales@abcdistribution.com

2. Todas las notificaciones del licenciante al distribuidor se enviarán a la dirección indicada *supra*, salvo que se indique lo contrario.

**F. Derechos concedidos en licencia:** Los derechos concedidos en licencia están limitados a los derechos indicados a continuación. El distribuidor no celebrará ningún contrato de subdistribución sin la aprobación previa por escrito de las condiciones del mismo por parte del licenciante. El distribuidor no tendrá derecho a explotar la película en ningún formato no lineal. El resto de derechos no específicamente bajo licencia en el presente documento quedan reservados al licenciante.

**Derechos cinematográficos:**  de proyección en sala  fuera de sala  
 Vídeo público

**Derechos subsidiarios:**  Aerolínea  Barco  Hotel

**Derechos de vídeo:**  Alquiler  Venta directa

**Formatos de Vídeo Autorizados:**  NTSC  PAL

**Derechos de pago por visión:**  residencial  no residencial  
 a la carta (VOD)

<b>Derechos de televisión de pago:</b>	<b>Derechos de televisión gratuitos:</b>	<b>Derechos en licencia</b>
Terrestre <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No _____Pases	Terrestre <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No _____Pases	
Cable <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No _____Pases	Cable <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No _____Pases	
Satélite <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No _____Pases	Satélite <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No _____Pases	

- Los derechos de televisión de Pago o de televisión gratuita concedidos en licencia en virtud del presente documento pueden ser explotados por el distribuidor con anterioridad a la fecha que corresponda a \_\_\_\_ meses después de la fecha de comienzo de la pantalla satélite panterritorial del licenciante. El licenciante notificará al distribuidor por escrito dicha fecha de comienzo lo antes posible.

**Derechos sobre los nuevos medios de comunicación:**

Derechos de Distribución sobre contenidos de Internet  Sí  No

Derechos sobre contenidos de sistemas inalámbricos  Sí  No

(Si la respuesta es afirmativa, véase la IFTA Internet & Wireless Rider adjunto al presente documento.)



**G. Distribución de ingresos brutos y garantías cruzadas:**

El licenciante y el distribuidor compartirán los ingresos brutos derivados de la explotación por el distribuidor de la(s) película(s) como sigue (todos los ingresos brutos se calcularán "en origen" según lo que se define en el apartado 7.2 de los términos y condiciones normalizados):

1. **Derechos Cinematográficos:** Los ingresos brutos derivados de la explotación de los derechos cinematográficos (en adelante, los "ingresos brutos cinematográficos") se dividirán de la siguiente forma:

\_\_\_ a. Acuerdo de pago de costos primero: El distribuidor deducirá en primer lugar los costos de distribución recuperables que se refieran únicamente a la explotación de los derechos cinematográficos (los "gastos de distribución cinematográficos").

O BIEN

\_\_\_ b. Acuerdo de distribución: El distribuidor retendrá en primer lugar un \_\_\_% en calidad de remuneración de distribución, hasta que el distribuidor recupere todos los gastos de distribución cinematográfica del saldo.

Tras la recuperación de los gastos de distribución cinematográfica, el \_\_\_% de los ingresos brutos cinematográficos se dedicará a la recuperación de la garantía mínima y el \_\_\_% quedará en poder del distribuidor. Tras la recuperación de la garantía mínima, el \_\_\_% de los ingresos brutos cinematográficos se abonará al licenciante y el \_\_\_% quedará en poder del distribuidor.

2. **Derechos subsidiarios:** El distribuidor abonará al licenciante el \_\_\_% de los ingresos brutos derivados de la explotación de los derechos subsidiarios, sin deducción alguna.
3. **Derechos de vídeo:** El distribuidor abonará al licenciante los siguientes porcentajes de [ingresos brutos derivados de la explotación de los derechos de vídeo doméstico aplicables] sin deducción alguna.  
Alquiler/comercial: \_\_\_%      Venta directa: \_\_\_%

4. **Derechos de pago por visión, de televisión de pago y de televisión**

**gratuita:** El distribuidor abonará al licenciante el \_\_\_\_% de ingresos brutos derivados de la explotación de los derechos de pago por visión (PPV), de vídeo a la carta (VOD) y de televisión de pago y gratuita, sin deducción alguna.

5. **Derechos de los nuevos medios de comunicación:** El distribuidor abonará al licenciante el \_\_\_\_% de los ingresos brutos derivados de la explotación de los derechos de los nuevos medios de comunicación, sin deducción alguna.

6. **Garantía cruzada:** El distribuidor recuperará la garantía mínima en base a una garantía cruzada de la parte de ingresos brutos del licenciante obtenidos de la explotación de los derechos concedidos en licencia. Si los gastos de distribución cinematográfica del distribuidor superan los ingresos brutos cinematográficos, entonces el distribuidor podrá deducir lo que falta del resto de ingresos brutos obtenidos de la explotación de la película. Salvo que se indique lo contrario *infra*, en ningún caso el distribuidor garantizará de forma cruzada los ingresos brutos de la película con los ingresos brutos de cualquier otra película cuya licencia haya concedido el licenciante al distribuidor.

H. **Entrega:** En un plazo de 30 días después de la notificación del licenciante al distribuidor de que los materiales iniciales están disponibles para su entrega al distribuidor ("Notificación de entrega inicial"), el distribuidor notificará al licenciante por escrito los requisitos de entrega del distribuidor y abonará al mismo tiempo los costos de ese material de entrega y del envío según lo especificado en la lista de materiales/precio proporcionada al distribuidor juntamente con la notificación de entrega inicial. El distribuidor se encargará de crear pistas subtituladas o dobladas en los demás idiomas necesarios en el(los) idioma(s) autorizado(s) a su cargo. El licenciante (y/o las personas que pueda designar) tendrán libre acceso a todos los materiales (incluidas todas las pistas de idiomas) creados por o para el distribuidor. Los materiales iniciales consistirán en:

Una (1) copia de 35 mm o un (1) original de vídeo digital de la película.

I. **Requisitos de proyección:** Si lo solicita el distribuidor estadounidense, la película no será proyectada en ningún medio en el territorio con anterioridad al estreno en las salas de cine estadounidenses. En virtud de los derechos de retención anteriormente mencionados, el estreno de la película en salas de cine en el territorio por parte del distribuidor debe tener lugar seis (6) meses después de la notificación de entrega inicial. El licenciante notificará al distribuidor las retenciones adicionales exigidas por el distribuidor estadounidense, con anterioridad a la notificación de entrega inicial. De lo contrario, la película será proyectada en todos los medios en un plazo de seis (6) meses a partir del vencimiento de la retención aplicable. El distribuidor comunicará al licenciante todos los gastos de comercialización/copias y publicidad (P&A) para su aprobación por escrito con anterioridad a la emisión de la(s) película(s) en el territorio(s).

Compromiso mínimo de publicidad: USD \_\_\_\_\_.

Compromiso máximo de publicidad: USD \_\_\_\_\_.

El presente documento, junto con los términos y condiciones normalizados adjuntos al presente documento [de la OMPI o de la IFTA] y el Apéndice "A" adjunto al presente documento, que se incorporan al presente documento mediante esta referencia y las cláusulas adicionales y apéndices a los que se hace referencia expresamente *supra* y que han sido ejecutados por las partes (todos ellos denominados colectivamente el "Acuerdo") constituye un contrato vinculante y aplicable entre las partes. Las disposiciones del presente documento (incluidas las cláusulas suplementarias y los apéndices al presente documento) regirán y controlarán las disposiciones contrarias incluidas en los términos y condiciones normalizados. Todos los términos utilizados pero no definidos en el presente documento tendrán los significados definidos en los términos y condiciones normalizados.

ABC Distribution "licenciante" \_\_\_\_\_ "distribuidor"

Por: \_\_\_\_\_ Por: \_\_\_\_\_

Su: \_\_\_\_\_ Su: \_\_\_\_\_

## APÉNDICE "A"

**A. Incumplimiento del distribuidor:** Sin perjuicio de los demás derechos del licenciante y de los recursos en virtud del presente acuerdo, conforme a derecho, equidad o de cualquier otro modo, se dispone que el distribuidor incurrirá en incumplimiento del presente contrato y el presente contrato podrá ser rescindido inmediatamente por el licenciante en el caso de que i) el distribuidor no abone los importes especificados en el presente documento (incluidos, sin limitación, la garantía mínima, los costos de los materiales, o parte de los mismos) en un plazo de diez (10) días a partir de la fecha de vencimiento en virtud del presente documento; ii) el distribuidor no presente estados financieros según lo exigido en virtud de los términos y condiciones normalizados; iii) el distribuidor no firme una notificación de cesión y la aceptación del distribuidor (si se exige en virtud del presente documento) en la forma requerida por el banco del licenciante en un plazo de diez (10) días a partir de la fecha que sea la última de a) la ejecución del presente contrato por el distribuidor y b) la recepción del distribuidor de dicha notificación de cesión y aceptación del distribuidor o iv) el distribuidor no emite una carta de crédito (si se exige en virtud del presente documento) en la forma requerida por el banco del licenciante en un plazo de catorce (14) días a partir de la fecha requerida en virtud del presente documento. Además de cualquier otro derecho o recurso del licenciante, los pagos no realizados a su vencimiento en virtud del presente documento incurrirán en un cargo financiero del tres por ciento sobre la tasa LIBOR a tres meses a partir de la fecha del vencimiento del pago hasta que se abonen en su totalidad al licenciante. El distribuidor toma nota de la decisión y acepta que, en virtud de los compromisos contraídos en el presente documento (incluido el compromiso de abonar puntualmente todos los importes de la garantía mínima), el licenciante retire la(s) película(s) del mercado, durante el período de vigencia en el territorio de los derechos concedidos en licencia en beneficio expreso del distribuidor, y que, en el caso de incumplimiento por parte del distribuidor, el licenciante tenga derecho a compensación por mantener la(s) película(s) fuera del mercado durante dicho período. Por consiguiente, habida cuenta de que el distribuidor es el titular de los derechos concedidos en licencia de la(s) película(s) en el territorio por dicho período de tiempo, y sin ningún perjuicio del derecho del licenciante a buscar y obtener el importe total de la garantía mínima y de los recursos a su disposición, el distribuidor acepta que todos los importes abonados al licenciante con anterioridad a dicho incumplimiento sean retenidos por el licenciante como compensación en caso de incumplimiento, independientemente de si el licenciante, posteriormente, pueda volver a conceder los derechos en licencia de la(s) película(s) en el territorio.

**B. Cancelación:** En el caso de que el rodaje de la película no comience en el plazo de NUEVE (9) meses a partir de la fecha del presente documento, o que los derechos del licenciante respecto de la película se hayan cancelado por cualquier motivo, el licenciante tendrá derecho a rescindir el presente contrato mediante notificación por escrito al distribuidor. Si el distribuidor ha abonado alguna cantidad, el licenciante reembolsará dichos importes en su totalidad, junto con dicha notificación. En caso de rescisión, cada una de las partes eximirá a la otra parte en su totalidad de obligaciones, responsabilidad o reclamaciones adicionales emanantes del presente Acuerdo.

**C. Solución de controversias; legislación aplicable; foro:**

[Opción 1 – Cláusula de la OMPI:

Toda controversia, diferencia o reclamación que surja del presente contrato y de toda enmienda al mismo o relativa al presente contrato, incluyendo en particular, su formación, validez, obligatoriedad, interpretación, ejecución, incumplimiento o resolución, así como las reclamaciones extracontractuales, serán sometidas a mediación de conformidad con el Reglamento de Mediación de la OMPI para el Sector del Cine y Medios de Comunicación. La mediación tendrá lugar en [especificar el lugar]. El idioma que se utilizará en la mediación será [especificar el idioma].

Si la controversia, diferencia o reclamación no ha sido solucionada en la mediación, o en la medida en que no haya sido solucionada en el plazo de [30] [60] días contados desde el comienzo de la mediación, ésta será sometida a arbitraje, mediante la presentación de una solicitud de arbitraje por una de las partes, para su solución definitiva de conformidad con el Reglamento de Arbitraje Acelerado de la OMPI para el Sector del Cine y Medios de Comunicación. No obstante, si antes de la expiración de ese plazo de [30] [60] días, una de las partes se abstiene de participar o deja de participar en la mediación, se someterá la controversia, la diferencia o la reclamación a arbitraje mediante la presentación de una solicitud de arbitraje por la otra parte para su solución definitiva de conformidad con el Reglamento de Arbitraje Acelerado de la OMPI para el Sector del Cine y Medios de Comunicación. El tribunal arbitral estará compuesto por un árbitro único. El arbitraje tendrá lugar en [especificar el lugar]. El idioma que se utilizará en el procedimiento arbitral será [especificar el idioma]. La controversia, diferencia o reclamación sometida a arbitraje se resolverá de conformidad con el derecho de [especificar la jurisdicción].

[U Opción 2 – Cláusula de la IFTA:

Los litigios derivados o relativos al presente Contrato se resolverán mediante arbitraje vinculante en virtud de las Normas de Arbitraje Internacional de la IFTA en vigor en el momento en el que se presente la notificación de arbitraje; no obstante, y siempre que el distribuidor reconozca y acepte expresamente que el licenciante tiene derecho a desagravio por mandato judicial u otro desagravio equitativo para restringir, evitar o prohibir cualquier incumplimiento por el distribuidor del presente Contrato o cualquier infracción de los derechos del licenciante en la(s) película(s). Asimismo, el distribuidor acepta que sus recursos estén limitados a una acción legal por daños y perjuicios, y, en ningún caso, el distribuidor tendrá derecho a buscar u obtener ningún desagravio por mandato judicial contra el licenciante en relación con el presente Contrato o la(s) película(s), y el distribuidor, por el presente documento, renuncia a cualquier derecho a dicho desagravio. La parte ganadora en los procedimientos de arbitraje u otros procedimientos jurídicos iniciados de conformidad con el presente documento tendrá derecho a recuperar todos los honorarios de sus abogados y los gastos en los que haya incurrido realmente. El presente Contrato se regirá e interpretará de conformidad con las leyes del Estado de California (sin considerar las disposiciones sobre conflicto de leyes). El distribuidor, por el presente documento, consiente y se somete a la jurisdicción de los tribunales estatales y federales situados en el Condado de Los Ángeles, California, por lo que respecta a cualquier acción que pueda surgir en relación con el presente Contrato o la(s) película(s).]

**D. Términos y condiciones adicionales:** \_\_\_\_\_

---

---

---

---

## ANEXO II

### Apéndice A – Ejemplo de formulario de solicitud de seguro contra errores y omisiones (E&O)<sup>3</sup>

#### Seguro contra errores y omisiones en los sectores del cine y la televisión

##### Propuesta

##### SU ACTIVIDAD

Nombre del asegurado \_\_\_\_\_

Fecha de establecimiento \_\_\_\_\_

Dirección del asegurado \_\_\_\_\_

Código postal \_\_\_\_\_

Nombre de los socios o administradores \_\_\_\_\_

Años en la industria \_\_\_\_\_

##### LA PRODUCCIÓN

Título de la producción \_\_\_\_\_

Nombre del escritor o autor \_\_\_\_\_

Nombre del productor \_\_\_\_\_

Nombre del productor ejecutivo \_\_\_\_\_

¿Se basa esta producción en otra obra? Si es así, explique e indique título, fecha y nombre del autor de dicha obra. \_\_\_\_\_

- La producción es:
- |   |                          |
|---|--------------------------|
| “Entretenimiento” para televisión             | <input type="checkbox"/> |
| Televisión documental (pero no investigación) | <input type="checkbox"/> |
| Televisión documental (investigación)         | <input type="checkbox"/> |
| Obra de teatro para televisión                | <input type="checkbox"/> |
| Televisión: Niños y temática religiosa        | <input type="checkbox"/> |
| Televisión: Día                               | <input type="checkbox"/> |
| Televisión: Otro. Especificar.                | <input type="checkbox"/> |
- \_\_\_\_\_

<sup>3</sup> Fuente: Formulario suministrado por gentileza del Sr. Peter Dally, abogado del Reino Unido.

Película para: Emisión en cine

Película para: Emisión en televisión

Si alguna de las opciones mencionadas anteriormente es una "serie", ¿de cuántos episodios consta? \_\_\_\_\_

¿Tiempo de producción? \_\_\_\_\_

¿Fecha inicial de emisión o de salida al aire? \_\_\_\_\_

¿Territorio de radiodifusión o distribución? \_\_\_\_\_

El acuerdo de distribución, ¿está sometido a la legislación estadounidense? \_\_\_\_\_

La producción, ¿es Totalmente de ficción?

Totalmente de ficción, pero inspirada en acontecimientos y/o casos específicos?

Una exposición de hechos reales que incluye un grado de ficción importante?

Una exposición veraz de hechos o sucesos reales?

Otro diferente a lo mencionado anteriormente (explique)?

Breve resumen del argumento. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

El marco de tiempo para el desarrollo de la trama es (p.ej.: el presente, dentro de diez años, durante los últimos veinte años, etc.) \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Facturación anual bruta estimada derivada del programa. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**PROCEDIMIENTOS DE AUTORIZACIÓN**

¿Se ha obtenido un informe sobre la titularidad de cualquier servicio de autorización de titularidad? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



Si la respuesta es afirmativa, indique el nombre del servicio y adjunte una copia. Si la respuesta es negativa, explíquese. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

¿Se han obtenido informes sobre el derecho de autor? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Si la respuesta es afirmativa, ¿existe alguna ambigüedad, omisión o problema en la Cadena de Titularidad? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Si no se ha obtenido ningún informe sobre derecho de autor, explique el motivo. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

La producción, ¿se basa o incluye obras literarias o musicales que hayan sido editadas o registradas como obras protegidas por derecho de autor con anterioridad al 1 de enero de 1978? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Si la respuesta es afirmativa, indique el título, el nombre del escritor y el año de la primera publicación (o registro) para cada una de las obras anteriores a 1978 y después responda a las preguntas a) y b) a continuación. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Si la respuesta es negativa, obvie el resto de esta pregunta. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Título	Nombre del escritor	Año
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

\_\_\_\_\_

Obtuvo autorización para cada una de las obras indicadas anteriormente a fin de tener la certeza de que su producción no infringirá (ahora o en el futuro) el derecho de renovación de dichas obras a la luz de la decisión del Tribunal Supremo de los Estados Unidos en *Stewart contra Abend*, 110 S.Ct.1750 (1990) (denominado comúnmente como el caso de la "Ventana Trasera")? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Si la respuesta a la pregunta a) es afirmativa, exponga los procedimientos de autorización utilizados para estar seguro de que su producción no infringirá (ahora o en el futuro) el derecho de renovación de las obras anteriores a 1978. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Si la respuesta a la pregunta a) es negativa, explique por qué. (Adjunte hojas adicionales para su respuesta, si fuera necesario). \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

¿Se utiliza el nombre o la imagen de una persona viva en la producción? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Si la respuesta es afirmativa, ¿se han obtenido las autorizaciones necesarias? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Si no es así, explique las razones. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

¿Existe un posible riesgo de que una persona viva pueda alegar (sin perjuicio de los méritos) que puede ser identificada en la producción (se utilice o no el nombre o la imagen de la persona, o que la producción pretenda ser de ficción)? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Si la respuesta es afirmativa, ¿se han obtenido las debidas autorizaciones? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Si no es así, explique las razones. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

¿Se utiliza el nombre o la imagen de alguna persona fallecida en la producción? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Si la respuesta es afirmativa, ¿se han obtenido autorizaciones de los representantes personales, los herederos o de los propietarios de dichos derechos? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Si no es así, explique las razones. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Por el presente documento se confirma que hemos llevado a cabo una verificación completa negativa, confirmada como satisfactoria por nuestros abogados que son parte de esta solicitud. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Si no es así, explique las razones. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Si la respuesta es afirmativa, ¿se han realizado todos los cambios necesarios? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Si no es así, explique las razones. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

¿Se utilizarán clips de películas en esta producción? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Si la respuesta es afirmativa, indique si se han obtenido las autorizaciones y los consentimientos siguientes para los clips de la película:

De los titulares del derecho de autor \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

De los escritores y otros \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

De los intérpretes o ejecutantes que aparecen en el clip \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

De los propietarios de la música \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Si alguna de las respuestas arriba mencionadas es negativa, explique las razones. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

¿Se utilizan fotografías en la producción? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Si la respuesta es afirmativa, indique si se han obtenido las autorizaciones y los consentimientos especificados a continuación:

De las personas o las empresas fotografiadas \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

De los titulares del derecho de autor \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Si alguna de las respuestas arriba mencionadas es negativa, explique las razones. \_\_\_\_

---

---

Se han obtenido autorizaciones de los siguientes derechos musicales:

¿Grabación y sincronización? \_\_\_\_\_

---

---

¿Derechos de interpretación y ejecución? \_\_\_\_\_

---

---

Se han obtenido autorizaciones de los siguientes derechos musicales:

¿Grabación y sincronización? \_\_\_\_\_

---

---

¿Derechos de interpretación y ejecución? \_\_\_\_\_

---

---

¿Derecho a distribuir para cualquier forma de distribución prevista (vídeo doméstico, etc.)? \_\_\_\_\_

---

---

---

---

---

---

---

---

Si la respuesta a alguna de las preguntas anteriores es negativa, explique las razones. .

---

---

¿Se ha preparado una hoja de localización de bloques musicales? Si la respuesta es negativa, explique las razones. \_\_\_\_\_

---

---

Si se ha encomendado la música original, ¿se ha obtenido una “exención de responsabilidad” del compositor? Si la respuesta es negativa, explique las razones. \_\_\_\_

---

---

¿Se producirá un álbum con la banda sonora? \_\_\_\_\_

---

---

Si la respuesta es afirmativa, responda a lo siguiente:

¿Ha adquirido todos los derechos y licencias necesarios? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

¿Ha adquirido cobertura de seguro aparte para esa grabación? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Si la respuesta a alguna de las preguntas anteriores es negativa, explique las razones. .

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

¿Se crearán artículos de promoción (por ejemplo, juguetes, muñecos, ropa, etc.) para esa producción? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Si la respuesta es afirmativa, describa lo que se prevé hacer. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Si se prevé que los artículos de promoción se creen y distribuyan en base a la producción, ¿se han obtenido todos los consentimientos y autorizaciones necesarios de los intérpretes y ejecutantes, los autores, artistas, etc. para producir y distribuir esos artículos? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Si la respuesta es negativa, explique las razones. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

¿Se ha obtenido cobertura de seguro adicional o independiente para esos artículos de promoción? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Si la respuesta es negativa, explique las razones. \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

¿Habrá alguna versión para computadora de esa producción (es decir, un videojuego, un CD interactivo)? Si la respuesta es afirmativa, describa esa versión. \_\_\_\_\_

---

---

---

Si se ha de crear y distribuir una versión para computadora de esa producción basada en la producción, ¿se han obtenido todos los derechos necesarios de los intérpretes y ejecutantes, los autores, los programadores, etc. para producir y distribuir esa versión en todos los territorios y plataformas de software previstas? Si la respuesta es negativa, explique las razones. \_\_\_\_\_

---

---

---

¿Se ha obtenido cobertura de seguro adicional o independiente para la versión para computadora? Si la respuesta es afirmativa, explíquelo. \_\_\_\_\_

---

---

---

¿Se ha dado el caso de que ustedes o algunos de sus agentes no hayan podido obtener un acuerdo sobre el lanzamiento, o se les haya denegado después de haber  
(a) negociado los derechos sobre materiales literarios, musicales u otros, \_\_\_\_\_

---

---

---

(b) negociado el lanzamiento con la producción? \_\_\_\_\_

---

---

---

Si la respuesta es afirmativa, explique lo que ha ocurrido. \_\_\_\_\_

---

---

---

## ABOGADOS CONTRATADOS PARA ASESORAR SOBRE AUTORIZACIONES

Nombre, dirección y número de teléfono de sus abogados (si se trata de una firma, indique el nombre de la persona en la firma). \_\_\_\_\_

---

---

---

¿Han leído sus abogados los “Procedimientos de autorización” adjuntos y han convenido en hacer todo lo posible para garantizar que se respeten? Si la respuesta es negativa, explique las razones. \_\_\_\_\_

---

---

---

## DECLARACIÓN DE DEMANDAS

¿Se ha presentado alguna demanda contra usted por:

violación de la vida privada, infracción del derecho de autor (Derecho común o *common law*), difamación, uso no autorizado de títulos, formatos, personajes, tramas, idea, material de otro programa incorporado en cualquier producción o incumplimiento del contrato implícito derivado de la presunta presentación de cualquier material literario o musical? Si la respuesta es afirmativa, exponga los detalles. \_\_\_\_\_

---

---

---

¿Está usted al tanto de demandas o procedimientos legales incoados o eventuales, derivados de la producción que deba asegurarse o de cualquier material contenido en la producción o en la que ésta se base? Si la respuesta es afirmativa, exponga los detalles. \_\_\_\_\_

---

---

---

## DECLARACIÓN

1. Yo [Nosotros] declaro [declaramos] que a) este formulario de propuesta ha sido cumplimentado después de realizar las consultas apropiadas, b) su contenido es veraz y exacto, y c) se han expuesto todos los hechos y cuestiones que puedan ser pertinentes para el examen de nuestra propuesta de seguro.
2. Me comprometo [Nos comprometemos] a notificar a ustedes, antes de la conclusión de cualquier contrato de seguro, toda modificación importante de la información anteriormente proporcionada o cualquier nuevo hecho o cuestión que surja y pueda ser pertinente para la consideración de nuestra propuesta de seguro.
3. Asimismo, estoy [estamos] de acuerdo en que el presente formulario de propuesta y toda la información escrita que se facilita sean incorporados en todo contrato de seguro, y formen la base del mismo.

Firma del director ejecutivo/socio/director \_\_\_\_\_

Fecha \_\_\_\_\_

En calidad de abogados de los asegurados anteriormente mencionados, creemos que las afirmaciones incluidas en el formulario de propuesta son correctas. Estamos familiarizados con los procedimientos de autorización normalizados de las compañías aseguradoras, que se adjuntan al formulario de propuesta, y hemos sido contratados por los asegurados para hacer todo lo posible, y lo haremos, a fin de que se sigan esos procedimientos de autorización.

Firma del (de los) abogado(s) \_\_\_\_\_

Fecha \_\_\_\_\_



### ANEXO III

## CLÁUSULAS CONTRACTUALES Y ACUERDOS DE SOMETIMIENTO RECOMENDADOS PARA MEDIACIÓN Y ARBITRAJE ACELERADO DE LA OMPI PARA EL SECTOR DEL CINE Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

### Controversias futuras:

#### *Mediación para el Sector del Cine y Medios de Comunicación*

“Toda controversia, diferencia o reclamación que surja del presente contrato y de toda enmienda al mismo o relativa al presente contrato, incluyendo en particular, su formación, validez, obligatoriedad, interpretación, ejecución, incumplimiento o resolución, así como las reclamaciones extracontractuales, serán sometidas a mediación de conformidad con el Reglamento de Mediación de la OMPI para el Sector del Cine y Medios de Comunicación. La mediación tendrá lugar en [especificar el lugar]. El idioma que se utilizará en la mediación será [especificar el idioma].”

#### *Mediación para el Sector del Cine y Medios de Comunicación seguida, en ausencia de solución, de arbitraje acelerado para el Sector del Cine y Medios de Comunicación*

“Toda controversia, diferencia o reclamación que surja del presente contrato y de toda enmienda al mismo o relativa al presente contrato, incluyendo en particular, su formación, validez, obligatoriedad, interpretación, ejecución, incumplimiento o resolución, así como las reclamaciones extracontractuales, serán sometidas a mediación de conformidad con el Reglamento de Mediación de la OMPI para el Sector del Cine y Medios de Comunicación. La mediación tendrá lugar en [especificar el lugar]. El idioma que se utilizará en la mediación será [especificar el idioma].”

Si la controversia, diferencia o reclamación no ha sido solucionada en la mediación, o en la medida en que no haya sido solucionada en el plazo de [30] [60] días contados desde el comienzo de la mediación, ésta será sometida a arbitraje, mediante la presentación de una solicitud de arbitraje por una de las partes, para su solución definitiva de conformidad con el Reglamento de Arbitraje Acelerado de la OMPI para el Sector del Cine y Medios de Comunicación. No obstante, si antes de la expiración de ese plazo de [30] [60] días, una de las partes se abstiene de participar o deja de participar en la mediación, se someterá la controversia, la

diferencia o la reclamación a arbitraje mediante la presentación de una solicitud de arbitraje por la otra parte para su solución definitiva de conformidad con el Reglamento de Arbitraje Acelerado de la OMPI para el Sector del Cine y Medios de Comunicación. El tribunal arbitral estará compuesto por un árbitro único. El arbitraje tendrá lugar en [especificar el lugar]. El idioma que se utilizará en el procedimiento arbitral será [especificar el idioma]. La controversia, diferencia o reclamación sometida a arbitraje se resolverá de conformidad con el derecho de [especificar la jurisdicción].”

#### *Arbitraje Acelerado para el Sector del Cine y Medios de Comunicación*

“Toda controversia, diferencia o reclamación que surja del presente contrato y de toda enmienda al mismo o relativa al presente contrato, incluyendo en particular, su formación, validez, obligatoriedad, interpretación, ejecución, incumplimiento o terminación, así como las reclamaciones extracontractuales, serán sometidas a arbitraje para su solución definitiva de conformidad con el Reglamento de Arbitraje Acelerado de la OMPI para el Sector del Cine y Medios de Comunicación. El tribunal arbitral estará compuesto por un árbitro único. El arbitraje tendrá lugar en [especificar el lugar]. El idioma que se utilizará en el procedimiento arbitral será [especificar el idioma]. La controversia, diferencia o reclamación se resolverá de conformidad con el derecho de [especificar la jurisdicción].”

#### **Controversias existentes:**

##### *Mediación para el Sector del Cine y Medios de Comunicación*

“Los infrascritos convenimos por el presente someter a mediación la controversia siguiente de conformidad con el Reglamento de Mediación de la OMPI para el Sector del Cine y Medios de Comunicación:

[breve descripción de la controversia]

La mediación tendrá lugar en [especificar el lugar]. El idioma que se utilizará en la mediación será [especificar el idioma].”

##### *Mediación para el Sector del Cine y Medios de Comunicación seguida, en ausencia de solución, de arbitraje acelerado para el Sector del Cine y Medios de Comunicación*

“Los infrascritos convenimos por el presente someter la controversia siguiente a mediación de conformidad con el Reglamento de Mediación de la OMPI para el Sector del Cine y Medios de Comunicación:

[breve descripción de la controversia]

La mediación tendrá lugar en [especificar el lugar]. El idioma que se utilizará en la mediación será [especificar el idioma].

Convenimos además que, si la controversia, diferencia o reclamación no ha sido solucionada en la mediación, o en la medida en que no haya sido solucionada en el plazo de [30] [60] días contados desde el comienzo de la mediación, ésta será sometida a arbitraje, mediante la presentación de una solicitud de arbitraje por una de las partes, para su solución definitiva de conformidad con el Reglamento de Arbitraje Acelerado de la OMPI para el Sector del Cine y Medios de Comunicación. No obstante, si antes de la expiración de ese plazo de [30] [60] días, una de las partes se abstiene de participar o deja de participar en la mediación, se someterá la controversia, la diferencia o la reclamación a arbitraje mediante la presentación de una solicitud de arbitraje por la otra parte para su solución definitiva de conformidad con el Reglamento de Arbitraje Acelerado de la OMPI para el Sector del Cine y Medios de Comunicación. El tribunal arbitral estará compuesto por un árbitro único. El arbitraje tendrá lugar en [especificar el lugar]. El idioma que se utilizará en el procedimiento arbitral será [especificar el idioma]. La controversia, diferencia o reclamación sometida a arbitraje se resolverá de conformidad con el derecho de [especificar la jurisdicción].”

#### *Arbitraje Acelerado para el Sector del Cine y Medios de Comunicación*

“Los infrascritos convenimos por el presente someter la controversia siguiente a arbitraje para su solución definitiva de conformidad con el Reglamento de Arbitraje de la OMPI para el Sector del Cine y Medios de Comunicación:

[breve descripción de la controversia]

El tribunal arbitral estará compuesto por un árbitro único. El arbitraje tendrá lugar en [especificar el lugar]. El idioma que se utilizará en el procedimiento arbitral será [especificar el idioma]. Se resolverá la controversia de conformidad con el derecho de [especificar la jurisdicción].”

Para más información, contacte a la OMPI en [www.wipo.int](http://www.wipo.int)

**Organización Mundial de la Propiedad Intelectual**

34, chemin des Colombettes

P.O. Box 18

CH-1211 Ginebra 20

Suiza

Teléfono:

+4122 338 91 11

Fax:

+4122 733 54 28