

La propiedad intelectual y los festivales folclóricos, artísticos y culturales

Guía práctica



OMPI

ORGANIZACIÓN MUNDIAL
DE LA PROPIEDAD
INTELLECTUAL

La propiedad intelectual y los festivales folclóricos, artísticos y culturales

Guía práctica



Todo usuario puede reproducir, distribuir, adaptar, traducir e interpretar o ejecutar públicamente la presente publicación, incluso con fines comerciales, sin necesidad de autorización expresa, a condición de que el contenido esté acompañado por la mención de la OMPI como fuente y, si procede, de que se indique claramente que se ha modificado el contenido original.

Sugerencia de cita: Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) (2018). *Guía práctica sobre la propiedad intelectual y los festivales folclóricos, artísticos y culturales*. Ginebra: OMPI.

Las adaptaciones/traducciones/obras derivadas no deben incluir ningún emblema ni logotipo oficial, salvo que hayan sido aprobados y validados por la OMPI. Para obtener autorización, pónganse en contacto con nosotros mediante el sitio web de la OMPI.

En relación con las obras derivadas, debe incluirse la siguiente advertencia: "La Secretaría de la OMPI no asume responsabilidad alguna por la modificación o traducción del contenido original."

En los casos en los que el contenido publicado por la OMPI, como imágenes, gráficos, marcas o logotipos, sea propiedad de terceros, será responsabilidad exclusiva del usuario de dicho contenido obtener de los titulares las autorizaciones necesarias.

Para consultar la presente licencia, remítase a <https://creativecommons.org/licenses/by/3.0/igo/>

Las denominaciones empleadas en esta publicación y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no entrañan, de parte de la OMPI, juicio alguno sobre la condición jurídica de ninguno de los países, territorios o zonas citados o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites.

La presente publicación no refleja el punto de vista de los Estados miembros ni el de la Secretaría de la OMPI.

Cualquier mención de empresas o productos concretos no implica en ningún caso que la OMPI los apruebe o recomiende con respecto a otros de naturaleza similar que no se mencionen.

© OMPI, 2018

Primera publicación, 2014

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
34, chemin des Colombettes, P.O. Box 18
CH-1211 Ginebra 20 (Suiza)

ISBN 978-92-805-3092-6



Atribución 3.0
Organizaciones
intergubernamentales
(CC BY 3.0 IGO)

Fotografías: iStockphoto © plus99

Impreso en Suiza

Índice

Prefacio	6
<i>Acerca de la guía</i>	7
<i>¿A quién está dirigida la guía?</i>	7
<i>¿Cómo debería utilizarse la guía?</i>	7

Antecedentes

Introducción: Festivales y cuestiones relativas a la propiedad intelectual	11
La importancia de los festivales folclóricos, artísticos y culturales	11
Descripción general de los posibles desafíos en materia de propiedad intelectual	12
Nociones básicas y términos importantes	14
¿Qué es la propiedad intelectual?	14
¿Qué son el derecho de autor y los derechos conexos?	15
<i>¿Qué derechos otorga el derecho de autor?</i>	16
<i>¿Qué duración tiene el derecho de autor?</i>	18
<i>¿Existen excepciones y limitaciones al derecho de autor?</i>	19
¿Qué son las marcas y otros signos distintivos?	22
<i>¿Qué son las marcas?</i>	22
<i>¿Qué son las marcas de certificación?</i>	24
<i>¿Qué son las indicaciones geográficas?</i>	24
<i>¿Qué son los diseños industriales?</i>	25
¿Qué son las expresiones culturales tradicionales y los conocimientos tradicionales?	27
<i>Descripciones de las expresiones culturales tradicionales y los conocimientos tradicionales</i>	27
<i>¿Están las expresiones culturales tradicionales y los conocimientos tradicionales protegidos como propiedad intelectual?</i>	30
<i>¿Cuál es la diferencia entre protección, salvaguardia y conservación?</i>	31

Información sobre la gestión práctica

Diseño de la estrategia de propiedad intelectual de un festival	35
Gestión de los activos de propiedad intelectual propios del festival	36
<i>Construir la imagen de marca del festival: registrar una marca</i>	<i>36</i>
<i>Gestionar los derechos de autor del festival: el arte de la negociación de licencias</i>	<i>39</i>
<i>Control de los medios de comunicación</i>	<i>41</i>
Gestión de la propiedad intelectual de terceros	42
Gestión de los intereses culturales y consuetudinarios de los participantes en festivales	46
Sensibilización del público y observancia de la estrategia de propiedad intelectual	51
<i>Preparación de signos, avisos y advertencias</i>	<i>51</i>
<i>Elaboración de una estrategia de respeto</i>	<i>52</i>
<i>Control de las infracciones e inicio de acciones legales</i>	<i>53</i>

ANEXO

Anexo I: Ejemplos de avisos	57
<i>Aviso de marca</i>	<i>57</i>
<i>Aviso de reserva del derecho de autor</i>	<i>57</i>
<i>Avisos sobre fotografías, grabaciones, filmaciones y publicaciones</i>	<i>57</i>
<i>Avisos sobre las expresiones culturales tradicionales y los conocimientos tradicionales</i>	<i>58</i>
<i>Descargo de responsabilidad del festival</i>	<i>58</i>
Anexo II: Aspectos que deben tenerse en cuenta	59
Anexo III: Glosario	62
Anexo IV: Bibliografía recomendada	65

Índice de recuadros

Recuadro 1. Obras protegidas por derecho de autor en el contexto de un festival	15
Recuadro 2. ¿Puede la persona que asista a un festival subir a Internet sus propias fotografías del festival?	16
Recuadro 3. Gestión colectiva del derecho de autor y los derechos conexos	17
Recuadro 4. Las diversas capas de protección por derecho de autor de una canción	18
Recuadro 5. ¿Tiene la protección del derecho de autor un ámbito internacional?	18
Recuadro 6. ¿Puede el público tomar fotografías, grabar o filmar interpretaciones o ejecuciones del festival?	19
Recuadro 7. ¿Es necesario obtener autorización para representar o recitar una obra de teatro en un festival?	19
Recuadro 8. ¿Puede protegerse el nombre de un festival mediante derecho de autor?	22
Recuadro 9. WOMAD: un ejemplo de festival con marca registrada	23
Recuadro 10. Certificación ecológica para los festivales	24
Recuadro 11. Festival del encaje de Idrija: la celebración de un encaje hecho a mano protegido por una indicación geográfica	25
Recuadro 12. Los festivales y la artesanía tradicional	28
Recuadro 13. ¿Cómo puede un festival registrar una marca?	36
Recuadro 14. ¿En qué consiste la venta de artículos de promoción?	37
Recuadro 15. ¿Qué es un nombre de dominio?	38
Recuadro 16. ¿Cuándo es necesario una autorización para utilizar obras de terceros?	42
Recuadro 17. ¿Quién posee los derechos de una fotografía tomada en un festival?	43
Recuadro 18. ¿Pueden los organizadores de festivales filmar y transmitir todos los eventos del festival?	45
Recuadro 19. ¿Qué se entiende por obras huérfanas?	45
Recuadro 20. Fotografías no autorizadas de una interpretación o ejecución del festival: estudio de caso	50
Recuadro 21. Capacitación del personal y de los voluntarios del festival	52

Prefacio

Esta guía ha sido elaborada por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), un organismo especializado de las Naciones Unidas que tiene por misión promover la innovación y la creatividad en aras del desarrollo económico, social y cultural de todos los países mediante un sistema internacional de propiedad intelectual (PI) equilibrado y eficaz.

La OMPI está colaborando con las partes interesadas en la organización de eventos culturales, en particular los festivales folclóricos, artísticos y culturales, con el objeto de desarrollar y aplicar estrategias adecuadas para tratar las diferentes cuestiones de PI que pueden surgir antes, durante y después de esos eventos.

En el programa de la División de Conocimientos Tradicionales de la OMPI se aborda la protección de los conocimientos tradicionales (CC.TT.) y las expresiones culturales tradicionales (ECT) de los pueblos indígenas y de las comunidades locales, que se exhiben, representan y comparten en los festivales de todo el mundo.

Para obtener más información sobre la PI en relación con los conocimientos tradicionales y las expresiones culturales tradicionales, consúltese la página www.wipo.int/tk/es/index.html.

La dirección electrónica de contacto de la División de Conocimientos Tradicionales es: grtkf@wipo.int.

Acerca de la guía

La gestión eficaz de la PI es un factor importante para los organizadores de festivales folclóricos, artísticos y culturales, a fin de salvaguardar y promover sus propios intereses de PI, así como los de los participantes en el festival.

En esta guía se brinda información de carácter general sobre la PI y los intereses culturales. Se identifican los principales desafíos relacionados con la propiedad intelectual que enfrentan los organizadores de festivales, y se esbozan, mediante un enfoque gradual, algunos elementos prácticos de una estrategia eficaz de gestión de la PI. Se formulan también propuestas sobre cómo explotar los activos de PI de los festivales y cómo fomentar mejor el respeto por las diversas culturas del mundo presentes en el festival. La guía incluye un glosario y un modelo de lista de los aspectos que deben tenerse en cuenta.

Esta guía ha sido elaborada por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. Se basa parcialmente en la publicación de la OMPI titulada: “Intellectual Property and the 11th Festival of Pacific Arts, Solomon Islands, 2012”, preparada por Terri Janke, y también en otras fuentes de la OMPI, incluida la breve reseña titulada “Informe sobre propiedad intelectual y festivales de arte”. La guía ha sido elaborada y editada principalmente por la Sra. Brigitte Vézina. Se ha enriquecido con los valiosos comentarios de diversos colegas de la OMPI y con la revisión minucio-

sa efectuada por expertos externos, a quienes la OMPI manifiesta su sincero agradecimiento: Sr. Jerzy Chmiel, vicepresidente del *Conseil International des Organisations de Festivals de Folklore et d'Arts Traditionnels* (CIOFF), Sr. Robert Leopold, director del *Consortium for World Cultures, Smithsonian Institution*, y la Sra. Tarisi Vunidilo, secretaria general de la *Pacific Islands Museums Association*.

¿A quién está dirigida la guía?

En esta guía se proporciona asesoramiento a los organizadores de festivales folclóricos, artísticos y culturales, pero también puede resultar de interés para los participantes, los artistas intérpretes o ejecutantes y los expositores, así como para los asistentes y el público en general.

Los organizadores de festivales pueden ser a la vez titulares y usuarios de material protegido por PI. Son responsables de supervisar la utilización de sus propios activos de PI, pero también de velar por que se respete la PI de los participantes del festival.

¿Cómo debería utilizarse la guía?

Esta guía pretende ser una referencia práctica a la hora de atender las cuestiones en materia de PI que surjan en el contexto de los festivales folclóricos, artísticos y culturales. No se proponen soluciones adaptadas a todos los casos ni tampoco se pretende responder a todas las preguntas de PI que puedan plantearse a los organizadores de festivales. En

ella se suministra información básica y consejos sencillos para responder a los desafíos de PI que se plantean con más frecuencia.

Las sugerencias para mejorar esta guía son bien recibidas y pueden dirigirse a la OMPI a la dirección *grtkf@wipo.int*.

Antecedentes

Introducción: Festivales y cuestiones relativas a la propiedad intelectual

La importancia de los festivales folclóricos, artísticos y culturales

Los festivales folclóricos, artísticos y culturales son una demostración de la **riqueza y diversidad de las culturas del mundo**, al reunir tradiciones arraigadas y creatividad moderna en forma de danza, música, teatro, ceremonias, costumbres, rituales, cine, fotografía, artes visuales, artesanías, comidas preparadas y muchas otras manifestaciones.

Los **artistas, bailarines, cantantes, artesanos y creadores** participan en los festivales para celebrar la vida artística y multicultural, y son el alma del festival. Sus expresiones culturales suscitan el interés del público y contribuyen a forjar la reputación del festival. Sus canciones, cantos, danzas, historias y artesanías son también fundamentales para su diferenciación cultural y generan oportunidades económicas para ellos, sus familias y sus comunidades.

Desde el **punto de vista cultural**, los festivales de arte ofrecen una visión única de la identidad de una comunidad, que contribuye a revitalizar y preservar las prácticas culturales, al tiempo que constituyen un espacio para el desarrollo de actividades creativas para los artistas intérpretes o ejecutantes contemporáneos.

Desde el **punto de vista social**, también son un medio para fortalecer el diálogo intercultural, revitalizar las prácticas sociales entre las comunidades, fomentar una comprensión mutua más profunda a través del intercambio de experiencias y la difusión de una amplia gama de elementos del patrimonio cultural.

Desde el **punto de vista económico**, estos festivales pueden generar importantes beneficios a largo plazo, además de oportunidades para la puesta en marcha de negocios y la creación de empleo y, si se gestionan adecuadamente, pueden impulsar un desarrollo económico sostenible.

Descripción general de los posibles desafíos en materia de propiedad intelectual

A los organizadores de festivales que conlleven la presentación de obras artísticas, folclóricas y culturales mediante una variedad de exposiciones, interpretaciones o ejecuciones y otras demostraciones de prácticas culturales, se les pueden plantear desafíos en materia de **propiedad intelectual** (PI).

Esta guía no pretende enumerar todas las posibles cuestiones relacionadas con la PI que puedan plantearse en el ámbito de un festival. En lugar de ello, su objetivo es proporcionar **ejemplos característicos** que han sido seleccionados para ilustrar el tipo de cuestiones con las que podrían tener que lidiar los organizadores de los festivales.

Las cuestiones relativas a la PI abarcan desde la falsificación de **artículos de promoción** del festival o la piratería de la señal oficial de **emisión** del festival, hasta incluso la copia ofensiva de los símbolos o rituales sagrados de quienes participen en el festival, como la venta de tarjetas postales que reproducen **fotografías** de una danza sagrada o el uso no autorizado de un **video** de una interpretación o ejecución tradicional en una campaña de promoción del turismo. Además, las interpretaciones o ejecuciones en vivo permiten que los **falsificadores** (personas que graban ilícitamente interpretaciones o ejecuciones para luego distribuir las) asociados a redes de piratería graben, produzcan y distribuyan material de manera ilícita.

Aunque estas cuestiones pueden generar dificultades para los organizadores de festivales, la identificación temprana de esas dificultades, y el uso estratégico de una **variedad de instrumentos de PI**, pueden procurar una protección para la propiedad intelectual que permita promover los objetivos de los organizadores de festivales, los participantes y el público que asiste a los festivales.

Es cierto que los **costos** de administración de la propiedad intelectual pueden ser altos, pero con conocimientos básicos de PI los festivales pueden sacar provecho de sus activos y, en el largo plazo, se logra amortizar el dinero invertido en gestionar adecuadamente la PI. Por otra parte, si se la utiliza de manera estratégica, la PI puede contribuir a **generar ingresos**,

por ejemplo, mediante la venta de los derechos de radiodifusión y la concertación de acuerdos de patrocinio y de comercialización.

Los festivales son emprendimientos creativos, y una adecuada gestión de la PI contribuirá significativamente a su éxito, tanto en el plano económico como cultural. No obstante, si no se cuenta con una **estrategia de PI cuidadosamente diseñada**, los intereses del propio festival pueden verse socavados por oportunistas que logren aprovecharse de la reputación y la popularidad del festival, causándoles un daño irremediable.

Nociones básicas y términos importantes

¿Qué es la propiedad intelectual?

La propiedad intelectual hace referencia a las **creaciones del intelecto**, como las historias, la música, el arte, las invenciones, las palabras y los signos, los diseños y las ejecuciones o interpretaciones. Esas creaciones están protegidas por leyes en materia de derecho de autor, patentes, marcas, diseños, competencia desleal, entre otras.

Un derecho de PI es un **derecho de propiedad**. Al igual que el propietario de un automóvil o una casa tiene derechos sobre ese bien (puede usar, arrendar, alquilar o vender el automóvil o la casa), un creador posee derechos sobre sus creaciones (puede hacer copias, traducirlas, subir la creación a Internet, etcétera).

Los derechos de PI permiten a los creadores beneficiarse de sus propias creaciones. Los derechos de PI **recompensan la creatividad** y el esfuerzo humano, lo cual estimula la innovación tecnológica y la creatividad cultural para bien y disfrute de toda la humanidad. La protección de la PI puede impulsar y sostener la diversidad de tradiciones culturales y consuetudinarias, además de fortalecer los valores sociales.

Los derechos de PI suelen incluirse en la **legislación nacional** de cada país. Por lo general, los tratados internacionales en sí mismos no conceden derechos, sino que garantizan al menos un nivel mínimo de protección armonizada en las legislaciones nacionales.



iStockphoto © Orietta Gaspari

Gente vestida con el traje tradicional danzando en las calles de la ciudad durante la "Bajada de la Virgen de las Nieves", Santa Cruz de la Palma, La Palma, Islas Canarias, 2010.

Los derechos de PI suelen estar sujetos a **excepciones** y caducan, en su mayoría, después de un determinado plazo.

¿Qué son el derecho de autor y los derechos conexos?

El derecho de autor hace referencia a los **derechos conferidos a los creadores** sobre sus **obras originales**. El derecho de autor abarca obras tales como novelas, poemas, obras de teatro, películas, canciones, danzas, pinturas, dibujos, fotografías y esculturas, entre muchas otras.

Recuadro 1. Obras protegidas por derecho de autor en el contexto de un festival

En el **contexto de un festival**, el derecho de autor puede proteger las can-

ciones y las danzas que se interpretan o ejecutan, así como también, en algunos casos, el vestuario, la escenografía o la utilería y otros materiales artísticos en exhibición, como carteles, pósteres, material gráfico y artesanías. Para muchos festivales se imprimen folletos o se publican volantes informativos que contienen material protegido por derecho de autor.

El derecho de autor surge **automáticamente**, pero aun así, algunas legislaciones exigen la "fijación" de la obra de forma tangible para que pueda ser protegida. Por ejemplo, en los países donde es obligatoria la fijación, una danza puede no estar protegida desde el momento en que fue interpretada; debe estar "fijada", es decir, alguien debe haberla grabado o anotado en una notación coreográfica. La protección no

depende del registro ni del uso del símbolo ©, que de todas formas podrá servir para alertar al público de que el material está protegido y ayudar a evitar usos ilegales.

Como forma de propiedad *intelectual*, el **derecho de autor es diferente de la propiedad física**: cuando un artista vende una de sus pinturas originales, podrá renunciar a la propiedad física de la pintura, pero salvo que se convenga lo contrario, mantendrá el derecho de autor sobre la pintura. Dicho de otro modo, el creador conserva el derecho de autor sobre una obra, a menos que lo ceda explícitamente mediante acuerdo por escrito al comprador del bien físico. En cualquier caso, siempre es recomendable verificarlo en la legislación donde se celebra el acuerdo.

¿Qué derechos otorga el derecho de autor?

La legislación sobre derecho de autor ofrece un **conjunto de derechos exclusivos** para los creadores. Cuando se protege una obra, nadie puede, por ejemplo, reproducirla, distribuirla, publicarla ni interpretarla o ejecutarla en público, comunicarla al público, emitirla en una radio o televisión ni ponerla a disposición en Internet sin la autorización del titular de los derechos. Solo los titulares de derechos pueden realizar o autorizar tales actos.

Los artistas, creadores y los artistas intérpretes o ejecutantes se ganan la vida con sus obras e interpretaciones o ejecuciones. Al autorizar que otras personas puedan hacer determinados usos de sus obras, los artistas y creadores pueden **obtener una**

retribución económica de su derecho de autor por medio de contratos, a saber, cesiones de derechos y licencias.

En algunos casos específicos previstos en la legislación nacional, los creadores pueden tener derechos de remuneración, en función de los cuales, si bien se les compensa por el uso de sus obras, ese uso no está sujeto a la autorización previa de los creadores. En otras palabras, no pueden objetar el uso de sus obras por un tercero, pero recibirán dinero a cambio de ese uso.

Recuadro 2. ¿Puede la persona que asista a un festival subir a Internet sus propias fotografías del festival?

Subir a Internet, publicar y compartir en línea, sin autorización, un contenido protegido por derecho de autor, como fotografías o videos que muestren interpretaciones o ejecuciones o material gráfico protegidos, constituirá una infracción de los derechos de comunicación de los artistas y de los intérpretes o ejecutantes, así como de los derechos de puesta a disposición del público. No obstante, en determinadas circunstancias, podrán aplicarse excepciones (véase más adelante la sección *¿Existen excepciones y limitaciones al derecho de autor?*).

La violación de los derechos de autor constituye una **infracción** que acarrea consecuencias jurídicas. A los infractores se les obligará a indemnizar al titular de los derechos por daños y perjuicios, a pagar una multa, o, en los

casos particularmente graves, pueden ser condenados a una pena de prisión. A veces hasta un mínimo cambio en una obra sin la debida autorización puede constituir una infracción.

En muchos países, los creadores gozan además de **derechos morales** de atribución (el derecho a reivindicar la paternidad (o autoría) de su obra) e integridad (el derecho a oponerse a cualquier modificación de su obra que pudiese dañar la reputación o el honor del creador). Ello significa que los creadores tienen derecho a ser reconocidos como los autores de sus obras. Además, si se manipula o modifica una obra de forma tal que se considera ofensiva o perjudicial para la reputación de su creador, este podrá obtener reparación judicial. En algunos países, los derechos morales son irrenunciables e intransferibles.

Recuadro 3. Gestión colectiva del derecho de autor y los derechos conexos

Por gestión colectiva se entiende el ejercicio del derecho de autor y los derechos conexos por organizaciones que actúan **en representación de los titulares de derechos** y en defensa de los intereses de estos últimos. Estas organizaciones supervisan el uso de las obras protegidas y se encargan de negociar licencias y cobrar las regalías.

Para obtener más información, véase www.wipo.int/about-ip/es/collective_mngt.html.

Los **derechos de los artistas intérpretes o ejecutantes** están protegidos como derechos “conexos” o “afines”. Los artistas intérpretes o ejecutantes poseen derechos sobre las interpretaciones o ejecuciones que hicieren de obras protegidas por derecho de autor y de expresiones del folclore (también conocidas como “expresiones culturales tradicionales”, que se abordarán con mayor profundidad en el capítulo denominado *¿En qué consisten las expresiones culturales tradicionales y los conocimientos tradicionales?*). Dependiendo de la legislación nacional, los artistas intérpretes o ejecutantes podrán poseer derechos sobre sus interpretaciones o ejecuciones sonoras y audiovisuales, como las interpretaciones o ejecuciones grabadas en un video musical o una película. En muchos países, los derechos abarcan las interpretaciones o ejecuciones fijadas (como por ejemplo en un CD o una película), así como las interpretaciones o ejecuciones en vivo, o las interpretaciones o ejecuciones no fijadas. Específicamente, los artistas intérpretes o ejecutantes tienen derecho a grabar, emitir y comunicar al público sus interpretaciones o ejecuciones en vivo. También podrán gozar de derechos exclusivos de reproducción, distribución, alquiler, puesta a disposición de sus interpretaciones o ejecuciones fijadas para uso en Internet. Muchas legislaciones prevén derechos de remuneración por la radiodifusión y la comunicación al público. Algunas legislaciones nacionales confieren además a los artistas intérpretes o ejecutantes derechos morales, que pueden ejercerse para asegurar la atribución y evitar que se realicen modificaciones

a las interpretaciones o ejecuciones que perjudiquen la reputación de los artistas intérpretes o ejecutantes.

Recuadro 4. Las diversas capas de protección por derecho de autor de una canción

En una **canción**, el **derecho de autor** protege:

- la música compuesta por el compositor; y
- la letra escrita por el escritor.

Los **derechos conexos** guardan relación con:

- las interpretaciones de los músicos y cantantes de la canción;
- la grabación sonora de la canción hecha por el productor; y
- el programa emitido por el organismo que emite el programa en el que aparece la canción.

¿Qué duración tiene el derecho de autor?

El derecho de autor por lo general expira **50 años después de la muerte de su creador**, aunque en muchos países ese plazo es de 70 años o más. Los derechos de los artistas intérpretes o ejecutantes suelen durar un mínimo de **20 años** (y a veces 50) a partir de la fecha de la interpretación o ejecución o de su fijación. Tras la muerte de su creador, los derechos se transmiten a sus herederos. Los países establecen distintos plazos de protección para los distintos tipos de obras, por lo cual siempre debería consultarse la legislación nacional.

Recuadro 5. ¿Tiene la protección del derecho de autor un ámbito internacional?

La mayoría de los países son partes contratantes de uno o más **tratados internacionales** para garantizar, entre otras cosas, que toda obra protegida por derecho de autor que haya sido creada en uno de esos países esté protegida automáticamente en todos los demás países partes en esos tratados internacionales.

El tratado fundacional sobre el derecho de autor es el **Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas** de 1886 (modificado por última vez en 1979). Los nacionales o residentes de un país que sea parte del Convenio de Berna, o quienes hayan publicado una obra en uno de los países contratantes, gozan automáticamente de la protección concedida en el Convenio en todos los demás países parte del Convenio. La obra está protegida en los demás países de la misma manera que el otro país protege las obras de sus propios nacionales.

Sin embargo, la protección del derecho de autor sigue siendo **territorial**. Las obras gozan de protección solo si satisfacen los requisitos de la legislación sobre derecho de autor del país donde se solicita la protección. Existe un sistema de protección propio de cada país, que puede basarse en una o más leyes.

¿Existen excepciones y limitaciones al derecho de autor?

No siempre es necesario pedir autorización para usar obras protegidas por derecho de autor; un sistema equilibrado de derecho de autor prevé excepciones y limitaciones **para salvaguardar el interés público**. Esas excepciones y limitaciones permiten, por ejemplo, que una persona del público pueda tomar fotografías, filmar o grabar una interpretación o ejecución que se lleve a cabo en un festival, para su uso personal, privado y sin fines comerciales. Por lo general, pueden utilizarse obras protegidas por derecho de autor con fines de investigación o para realizar estudios, críticas y reseñas, o para informar sobre acontecimientos de actualidad. En algunos países a ello se le denomina “uso leal” o “prácticas leales”.

Recuadro 6. ¿Puede el público tomar fotografías, grabar o filmar interpretaciones o ejecuciones del festival?

Como norma general, el público que acude a los festivales no puede tomar fotografías, ni realizar grabaciones sonoras ni filmar interpretaciones o ejecuciones en el festival. No obstante, en la mayoría de los casos, el público puede hacerlo exclusivamente para uso personal, privado y no comercial, salvo que se autorice lo contrario. A pesar de ello, por lo general no es posible publicarlas en Internet, en sitios web como Facebook o Flickr, ni mostrarlas al público sin autorización, ya que estos usos están fuera del ámbito del uso privado.

Dada la facilidad para copiar y la calidad de los ejemplares obtenidos gracias a los avances tecnológicos, en algunos países se ha restringido el alcance de esas excepciones al uso, entre otros, de sistemas que permiten la copia hasta cierto punto pero cuentan con un mecanismo de pago a los titulares de derechos por el perjuicio económico resultante del acto de copia.

Si bien el derecho de autor confiere el derecho exclusivo de **adaptación** de una obra protegida, esto no constituye un obstáculo para que terceros se inspiren en la obra protegida de que se trate. Trazar una línea divisoria entre **una copia y una inspiración** es una cuestión que a menudo presenta dificultades y que se analiza caso por caso.

Recuadro 7. ¿Es necesario obtener autorización para representar o recitar una obra de teatro en un festival?

Si la obra está protegida por derecho de autor, será necesario obtener la **autorización** del titular de los derechos antes de interpretar o representar una obra de teatro en público. El titular de los derechos puede ser el dramaturgo, su publicista o sus herederos, entre otros. Los organizadores del festival deben asegurarse de que los actores, directores de teatro u coreógrafos hayan obtenido la autorización del titular de los derechos **antes de que tenga lugar el espectáculo**.

En los casos en que los creadores gocen de **derechos morales**, los organizadores del festival deben velar por que se respeten estos derechos. Por ejemplo, la incorporación de música que originalmente no estaba previsto que se tocara en la obra, o la transformación de un entorno antiguo y rural a uno moderno y urbano, pueden considerarse una violación de los derechos morales, además de una infracción del derecho de adaptación.

La legislación sobre derecho de autor no contempla la protección del **estilo de una obra**, dado que la legislación protege únicamente las **expresiones de ideas**. Por ejemplo, el método puntillista del pintor francés Georges Seurat fue emulado por otros. La técnica consiste en emplear pequeños puntos individuales de colores primarios para crear la impresión de una amplia paleta de colores. Por lo tanto, si bien el derecho de autor puede proteger los cuadros de Seurat, no puede proteger el estilo puntillista; hipotéticamente, Seurat no hubiera podido invocar la legislación de derecho de autor para impedir que otros imitaran su técnica. Del mismo modo, cabría preguntarse si el estilo de pintura con técnica de goteo de Jackson Pollock podría estar protegido por derecho de autor.

Se puede afirmar lo mismo sobre otras formas de expresiones artísticas, como la música o la danza. Los estilos musicales pueden atribuirse a un período histórico, una ubicación geográfica o a determinado género, y por ende pueden no estar protegidos como la expresión de un crea-

dor en particular. A modo de ejemplo, un compositor no puede proteger mediante derecho de autor elementos comunes a la música jazz, así como los movimientos del ballet tradicional pertenecen a un estilo de baile que no puede protegerse mediante derecho de autor.

Cabe mencionar que algunos estilos artísticos asociados con las expresiones culturales tradicionales son **culturalmente sensibles** para su comunidad y, según las prácticas más extendidas, los estilos no deben copiarse sin la autorización de un representante de la comunidad con potestad para concederla.



Stockphoto © iham in the world

Abstract Painting - Dripping

Recuadro 8. ¿Puede protegerse el nombre de un festival mediante derecho de autor?

En muchos países, los nombres, los títulos, los eslóganes y otras frases cortas quedan excluidas de la protección del derecho de autor. Sin embargo, algunos países los protegen si son creativos. Normalmente, el nombre de un festival o su eslogan publicitario quedan fuera del alcance de la protección contemplada en la normativa de derecho de autor, pero se pueden proteger en virtud de la normativa de marcas (véase a continuación) o la normativa en materia de competencia desleal. En cambio, el logotipo de un festival se puede proteger por derecho de autor así como en virtud de la normativa de marcas, a condición de que se cumplan los debidos requisitos para su protección.

¿Qué son las marcas y otros signos distintivos?

¿Qué son las marcas?

Las marcas son signos distintivos, como palabras o símbolos, que permiten identificar que determinados productos o servicios son los de una persona o empresa específicas. Mediante la identificación del origen de los productos o servicios, las marcas **permiten a los consumidores identificar** los productos o servicios que satisfacen sus necesidades en virtud de su naturaleza y calidad, indicadas por su marca distintiva.

En el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, suscrito en 1883, y en el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio, de la Organización Mundial del Comercio, suscrito en 1995, se estableció el marco internacional principal para la protección de las marcas registradas.

Una marca registrada brinda protección a su titular al garantizarle el derecho exclusivo de uso para identificar productos o servicios, o para autorizar a otra persona a que la use a cambio de un pago. En la medida en que sigan siendo distintivas y se sigan utilizando con fines comerciales, según muchas legislaciones nacionales, las marcas podrán estar **protegidas indefinidamente** siempre que se renueve el plazo de protección (cuya duración es, por lo general, de 10 años).

Muchos festivales crean una “imagen de marca” de sus eventos por medio de diversas formas de promoción, mercadotecnia y comercialización de sus marcas registradas, lo que ayuda a desarrollar su reputación con el tiempo.

A partir del festival pueden crearse diversas marcas tradicionales (nombre, imagen) y no tradicionales (marcas tridimensionales para recuerdos del festival; marcas sonoras y animadas para videoclips, comerciales de televisión y publicidad, así como eslóganes para anuncios publicitarios).



iStockphoto © Afonskaya

Artistas gitanas en un escenario montado en la calle durante el carnaval de Máslenitsa, Moscú (Federación de Rusia), 2014.



Recuadro 9. WOMAD: un ejemplo de festival con marca registrada

El festival WOMAD reúne y celebra una diversidad de formas de música, arte y danzas de países y culturas de todo el mundo. Organizado por primera vez en el Reino Unido en 1982, WOMAD ha organizado festivales en más 20 países. En muchos de los países donde se organiza un festival WOMAD los organizadores han registrado la palabra “Womad” como una marca vinculada a la organización de festivales, pero también a grabaciones, publicaciones y artículos de promoción. Véase: womad.org/

¿Qué son las marcas de certificación?

Las marcas de certificación son un tipo particular de marcas que indican el **cumplimiento de ciertas normas definidas**. Los productores de bienes o proveedores de servicios que deseen obtener autorización del titular de una certificación para usar esa marca tienen que demostrar que sus productos o servicios cumplen las normas pertinentes. Una marca de certificación famosa es WOOLMARK, que certifica que sus productos están hechos de lana en un 100%.



Recuadro 10. Certificación ecológica para los festivales

En 2010, el *Tim Hortons Ottawa Dragon Boat Festival*, el festival del Barco del Dragón más grande de América del Norte, se convirtió en el **primer festival del mundo en obtener una certificación de EcoLogo**, de acuerdo con las normas establecidas para los eventos. EcoLogo es garantía de que un evento que lleve su marca de certificación cumple las exigentes normas en materia de cuidado medioambiental en una diversidad de categorías, entre las que cabe destacar los materiales, los desechos, la energía y el transporte.

Fuentes: www.dragonboat.net/festival/ecologo-certified-event.aspx y www.ecologo.org/en/

Uno de los requisitos más importantes para obtener una marca de certificación es que la entidad que solicite el registro esté considerada “**competente para certificar**” que los productos en cuestión cumplen las normas. Asimismo, muchas legislaciones nacionales prohíben a la entidad, en calidad de propietaria de una marca de certificación, utilizar esa marca en el comercio.

Las marcas de certificación pueden usarse conjuntamente con la marca propia del festival. El sello usado como marca de certificación es una constancia de que el festival **cumple las normas específicas** exigidas para el uso de la marca de certificación.

Una marca de certificación puede ayudar a impedir la venta de **obras artísticas y artesanías falsificadas** y a proteger a los artistas. Por ejemplo, la *Indian Arts and Crafts Association* creó un “sello” que certifica que las obras artísticas y artesanías de sus miembros fueron hechas por indígenas norteamericanos. Véase www.iaca.com/.

¿Qué son las indicaciones geográficas?

Una indicación geográfica es un signo utilizado en productos que tienen un **origen geográfico concreto** y cuyas cualidades, reputación y características se deben esencialmente a su lugar de origen. Por lo general, la indicación geográfica consiste en el nombre del lugar de origen de los productos.

Las indicaciones geográficas pueden utilizarse para una amplia gama de productos, ya sean naturales, agrícolas o manufacturados. Los **productos que se fabrican o venden en los festivales** pueden llevar una indicación geográfica en referencia a la ubicación del festival o al lugar de origen de los productos.

Recuadro 11. Festival del encaje de Idrija: la celebración de un encaje hecho a mano protegido por una indicación geográfica

El festival del encaje de Idrija es un evento etnológico, económico, educativo, cultural y de entretenimiento que se realiza anualmente en junio, en Idrija (Eslovenia).

La fabricación de encaje de bolillo guarda un lugar especial en la cultura de Idrija. Se documentó por primera vez en el siglo XVII y luego se expandió a las zonas rurales en el siglo XIX. En 1876 se fundó una escuela de enseñanza de la fabricación de encaje que aún hoy sigue en funcionamiento. En Eslovenia, el encaje hecho a mano de Idrija está protegido por una indicación geográfica desde el año 2000.

El festival está dirigido tanto a los residentes de Idrija como a los turistas. Durante el festival, es posible participar en ponencias profesionales, talleres de fabricantes de encaje y exhibiciones de encaje de Idrija y de otros tipos, degustar los platos típicos locales, participar



istockphoto © matejmm

Una pieza casi acabada de encaje a mano de Idrija (Eslovenia)

en la competencia de fabricantes de encaje y asistir a conciertos por las noches.

Fuentes: www.sycultour.eu/news/project-news/31st-idrija-lace-festival y www.culture.si/en/Idrija_Lace_Festival.

¿Qué son los diseños industriales?

Otro elemento práctico de una estrategia de gestión de la PI eficaz es la protección que se concede a los **diseños industriales**. Un diseño industrial (dibujo o modelo industrial) constituye el aspecto ornamental o estético de un artículo. El diseño industrial puede revestir características tridimensionales, como la forma o la superficie de un artículo, o bidimensionales, como los motivos, las líneas y los colores.



Exhibición de lámparas de seda en un mercado, Hoi An (Viet Nam)

iStockphoto © Kevin Miller

Los diseños industriales se aplican a una **amplia variedad de productos** industriales y artesanales, como la joyería, los diseños textiles y los artículos de recreación, entre muchos otros. Algunos artículos y creaciones, que se usan o venden durante los festivales folclóricos, artísticos o culturales, podrían estar protegidos como diseños industriales. En algunos festivales, los diseños industriales podrían incluso desempeñar un papel más preponderante.

Por ejemplo, **en el contexto de un festival**, los siguientes elementos podrían estar protegidos por un derecho de diseño industrial: el logotipo del festival impreso en pósteres, camisetas, productos de promoción del festival (pulseras, bolsas, paraguas, etc.) y artesanías.

Como ya se mencionó, el **logotipo de un festival** puede estar registrado como marca, pero también puede estar protegido como diseño industrial, de acuerdo con la clase 32 del *Arreglo de Locarno que establece una Clasificación Internacional para los Dibujos y Modelos Industriales*, que comprende los “símbolos gráficos, logotipos, diseños de superficie, ornamentos”.

En la mayoría de las leyes nacionales, para recibir protección un diseño industrial debe ser nuevo u original. La novedad o la originalidad se determinan con respecto al corpus de diseños. Un diseño industrial es ante todo algo de carácter estético y no protege las características técnicas del artículo al que se aplica.

Los tres **principales acuerdos internacionales** en materia de diseños industriales son el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, de 1883; el Arreglo de La Haya relativo al registro internacional de dibujos y modelos industriales, de 1925; y el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio, de la Organización Mundial del Comercio, de 1995.

¿Qué son las expresiones culturales tradicionales y los conocimientos tradicionales?

El interés por la protección de los conocimientos tradicionales y las expresiones culturales tradicionales, y el apoyo que está recibiendo, son un fenómeno relativamente nuevo.

Descripciones de las expresiones culturales tradicionales y los conocimientos tradicionales

Las **expresiones culturales tradicionales**, a las que a menudo se las abrevia con la sigla “ECT”, puede considerárselas como las formas de expresión de la cultura tradicional. Forman parte de la identidad y el patrimonio de una comunidad tradicional o indígena, y se transmiten de generación en generación. Incluyen las danzas, las canciones, las artesanías, los diseños, las ceremonias, los cuentos y muchas otras expresiones artísticas y culturales que se consideran tradicionales. En ocasiones, a las ECT también se las denomina “expresiones del folclore”.

Los **conocimientos tradicionales**, o “CC.TT.”, incluyen las innovaciones, las prácticas, las habilidades y los conocimientos transmitidos de generación en generación en un contexto tradicional o consuetudinario. Forman parte del modo de vida tradicional de las comunidades indígenas y locales, que desempeñan la función de guardianes o custodios de esos CC.TT. Conocimientos tradicionales pueden ser, por ejemplo, los conocimientos sobre fitomejoramiento, sobre los sistemas de riego, de salud y medicina, de preparación de los alimentos o de las zonas buenas para la caza y la pesca.

Los CC.TT. y las ECT son parte integrante de la **identidad cultural y social** de sus comunidades. También pueden generar oportunidades económicas y desempeñar un papel fundamental para el desarrollo de la comunidad.

En conjunto, los CC.TT. y las ECT pueden conformar lo que se denomina “**patrimonio cultural inmaterial**”, y se define como “los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas –junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes– que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. [...]” (artículo 2 de la Convención de la UNESCO para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, adoptada en 2003).



Mujer peruana tejiendo cerca del Cañón del Colca (Perú)

Recuadro 12. Los festivales y la artesanía tradicional

Las ECT y los CC.TT. suelen exhibirse o interpretarse en los festivales y son fundamentales para mantener la diferenciación cultural y la vitalidad de las comunidades de artistas intérpretes o ejecutantes.

En el marco de un festival, las expresiones de técnicas artesanales tradicionales que se exhiben o incluso producen allí son muy diversas: herramientas prendas de vestir y joyas; indumentaria y accesorios para festividades y artes escénicas; artes decorativas y objetos rituales; instrumentos musicales y juguetes, etcétera.

Las técnicas necesarias para la creación de objetos de artesanía son tan variadas como los propios objetos y pueden ir desde trabajos delicados y minuciosos, como las velas votivas en papel, hasta faenas rudas como la fabricación de un cesto sólido o una manta gruesa.

Fuente: <https://ich.unesco.org/es/tecnicas-artesanales-tradicionales-00057>





Comité Intergubernamental de la OMPI sobre Propiedad Intelectual y Recursos Genéticos, Conocimientos Tradicionales y Folclore, 3 de febrero de 2014

¿Están las expresiones culturales tradicionales y los conocimientos tradicionales protegidos como propiedad intelectual?

Hoy en día, los sistemas de PI convencionales consideran que los CC.TT. y las ECT forman parte **del dominio público**, a menos que sean secretos o estén protegidos por alguna legislación especial. No obstante, los pueblos indígenas y otros grupos cuestionan esa postura.

En el plano internacional, a diferencia de las formas más convencionales de PI, los **CC.TT. y las ECT no están protegidos directamente** por una normativa en materia de propiedad intelectual, a excepción de la protección concedida a las interpretaciones o ejecuciones de expresiones del folclore, en virtud del Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas, suscrito en 1996, y del Tratado de Beijing sobre Interpretaciones y Ejecuciones Audiovisuales, suscrito en 2012.

Ello no significa que los CC.TT. y las ECT puedan utilizarse libremente en cualquier

festival. Las **obras que se basan en expresiones culturales tradicionales** pueden estar protegidas por derecho de autor o por derechos conexos: por ejemplo, una película sobre una ceremonia tradicional probablemente esté protegida como obra cinematográfica, la grabación de una canción estará protegida por derechos conexos, una adaptación contemporánea de una canción folclórica seguramente esté protegida por el derecho de autor, y las fotografías de trajes típicos no podrán usarse sin la autorización del fotógrafo. En estos ejemplos, para utilizar las obras basadas en expresiones culturales tradicionales podrá ser necesario obtener antes una autorización, como sucede con cualquier obra protegida por derecho de autor.

Aunque en muchos países las artesanías y los diseños tradicionales, así como muchos rituales y ceremonias, no puedan acogerse a una protección amparada en derechos de PI, sí existen diversos **instrumentos a nivel nacional y regional** para proteger la propiedad intelectual de los CC.TT. y las ECT contra el uso y la apropiación indebidos. Así, en virtud de la legislación de algunos países puede ser obligatorio obtener la autorización del titular de los derechos de los CC.TT. y las ECT antes de hacer uso de los mismos. Para obtener una lista de las leyes y medidas legislativas, véase la base de datos de la OMPI, en www.wipo.int/tk/es/legal_texts/.

Asimismo, los derechos de los pueblos indígenas se abordan en la **Declaración de las Naciones Unidas sobre los derechos de los pueblos indígenas**, de 2007. Con arreglo a esta Declaración, así como a al-

gunas legislaciones nacionales, los pueblos indígenas tienen el derecho a mantener, controlar, proteger y desarrollar la PI sobre su patrimonio cultural, los CC.TT. y las ECT. La Declaración está disponible en el sitio web del Foro Permanente de las Naciones Unidas para las Cuestiones Indígenas, en www.un.org/esa/socdev/unpfii/documents/DRIPS_es.pdf.

En la OMPI, hay **debates normativos** en curso con miras a elaborar un marco jurídico y adoptar medidas equilibradas y adecuadas para proteger los CC.TT. y las expresiones culturales tradicionales; es probable que los resultados de esas negociaciones, que tienen lugar en el ámbito del Comité Intergubernamental de la OMPI sobre Propiedad Intelectual y Recursos Genéticos, Conocimientos Tradicionales y Folclore (CIG), afecten a los festivales en todo el mundo. Para obtener más información sobre la labor del CIG, consúltese www.wipo.int/tk/es/igc.

En resumen, aunque no existe un reconocimiento formal, a nivel internacional, de los derechos de PI de los titulares tradicionales sobre sus CC.TT. y ECT, se están elaborando **mejores prácticas** que impulsan el tratamiento justo de los CC.TT. y las ECT, el respeto por los derechos e intereses culturales y éticos, así como el respeto por los valores tradicionales de sus titulares, en especial de los pueblos indígenas y las comunidades locales. Por ejemplo, siguiendo la tendencia general, se impulsará que los festivales adopten medidas para evitar el uso y la apropiación indebidos de los CC.TT. y las ECT, y para garantizar la correcta atribución de paternidad

de las obras a sus respectivos custodios, así como el respeto del carácter sagrado de una interpretación o ejecución y otras formas de protección. De acuerdo con las prácticas consuetudinarias, los artistas tradicionales pueden tener el derecho a controlar quién puede copiar y fotografiar las artes y artesanías que se exhiben en el festival, y los organizadores podrán decidir respetar o no esa prerrogativa.

¿Cuál es la diferencia entre protección, salvaguardia y conservación?

Desde el punto de vista de la propiedad intelectual, “protección” se refiere a las medidas de **protección de las creaciones y las innovaciones intelectuales** contra los actos de apropiación y uso indebidos como la copia, la adaptación, la difusión o los usos denigrantes por parte de terceros. En resumen, el objetivo de la protección es que no se utilicen indebidamente la innovación y la creatividad intelectuales que encarnan los CC.TT. y las ECT. Además, la protección de la propiedad intelectual puede ayudar a que una comunidad se beneficie económicamente de los CC.TT. y las ECT, ya que, por ejemplo, en el caso de un diseño o artesanías, pueden venderse y generar ingresos.

Por lo tanto, “protección” no es lo mismo que “conservación” o “salvaguardia”, que constituye la identificación, documentación, transmisión, revitalización y promoción del patrimonio cultural, a fin de velar por su **viabilidad, uso continuo y transmisión**. El objetivo, en ese caso, es velar por que los CC.TT. y las ECT se mantengan y promuevan y, por lo tanto, no desaparezcan.

Aunque puede haber una cierta oposición entre ellas, la **protección, conservación y salvaguardia de la PI no son mutuamente excluyentes**. Si bien sus objetivos son diferentes, pueden aplicarse conjuntamente y ser complementarias. Con una gestión adecuada, la PI puede impulsar la consecución de los objetivos tanto de quienes buscan obtener una protección jurídica como de quienes abogan por una salvaguardia. A modo de ejemplo, el inventario que pueda hacerse de las expresiones culturales con el fin de salvaguardar los derechos, servirá como registro a los fines de obtener protección mediante los derechos de PI.

Por consiguiente, a través de sus diversas actividades, un **festival** folclórico, artístico o cultural podrá contribuir tanto a **salvaguardar y conservar el patrimonio cultural como a protegerlo en lo relativo a la PI**, al velar por que no se realicen **usos ilícitos** del patrimonio cultural. Las prácticas y manifestaciones tradicionales pueden revitalizarse gracias a su exhibición en los festivales y el consecuente fomento de su salvaguardia y conservación. Esto permitirá a los artistas tradicionales demostrar y transmitir su arte en un entorno libre de riesgos, lo que contribuirá a la protección de la PI y permitirá a las comunidades beneficiarse, tanto desde el punto de vista cultural como económico, de la explotación de la PI. Además, los organizadores de festivales pueden colaborar con las organizaciones locales y regionales encargadas de la PI en lo relativo a esas cuestiones.

Información sobre la gestión práctica

Diseño de la estrategia de propiedad intelectual de un festival

Una estrategia de PI positiva y con visión de futuro, desarrollada con antelación suficiente, permite a los organizadores de festivales ejercer un mayor control y beneficiarse de los activos de PI y de los intereses culturales de un festival. Una combinación de instrumentos de PI, en particular, los derechos de autor y de marca, utilizados en combinación con contratos, directrices, avisos y condiciones de acreditación y de acceso, proporciona un marco integral de protección de los derechos de PI y de defensa contra el uso indebido de los CC.TT. y de las ECT.

Los organizadores de festivales frecuentemente necesitan gestionar sus **propios derechos de PI** además de los derechos de otras personas, como por ejemplo los derechos de los artistas invitados a un festival o los de sus representantes (a los que se denomina **derechos de terceros**). Los organizadores de festivales, al igual que los titulares de la PI y los usuarios de la PI de terceros, pueden constituir una **compleja red de relaciones** que sea difícil de gestionar si no se tiene un conocimiento cabal de los diferentes tipos de contratos en materia de propiedad intelectual. Es preciso además tomar en consideración los **intereses culturales y éticos** vinculados con los CC.TT. y las ECT y sus respectivas comunidades.

El enfoque práctico que se adopta en esta guía sigue un formato tripartito y divide algunas de las medidas en materia de PI en 1) los derechos de los festivales; 2) los derechos de terceros y 3) los intereses relacionados con los CC.TT. y las ECT. Para poder diseñar y ejecutar la estrategia de

manera más sencilla, sería conveniente que los organizadores de festivales establecieran un **comité** específico que se ocupara de las cuestiones de PI y que comenzara su labor varios meses o incluso un año antes de la fecha prevista del festival.

Para facilitar el tratamiento de las cuestiones más importantes, en el anexo puede consultarse, a modo de referencia, una lista de los aspectos que deben tenerse en cuenta.

Gestión de los activos de propiedad intelectual propios del festival

Los **festivales pueden ser propietarios de activos de PI**, como material literario o artístico original (es decir material gráfico, pósteres, logotipos, caracteres, programas y folletos informativos, entre otros materiales), derechos de radiodifusión, marcas y muchos otros.

La utilización proactiva de **esos activos de PI** puede ser provechosa para un festival: por ejemplo, la concesión de una licencia para explotar un material audiovisual protegido por una marca registrada o por derecho de autor constituirá una fuente adicional de ingresos para el festival que contribuya a asegurar la viabilidad financiera a largo plazo del evento. Al mismo tiempo, los organizadores deben mantenerse **alertas** a fin de **prevenir toda infracción de la PI** por parte de terceros, que pueden o no estar presentes en el festival. Esto se traduce en la adopción de medidas de precaución, tal como se describe más adelante en la sección *Control de las infracciones e inicio de acciones legales*.

Construir la imagen de marca del festival: registrar una marca

El registro de una marca allana el camino para que los organizadores de festivales puedan elaborar una **estrategia de comercialización** eficaz y celebrar **acuerdos rentables**.

Recuadro 13. ¿Cómo puede un festival registrar una marca?

Debe presentarse una **solicitud de registro** en la oficina de marcas nacional, o regional si procede, correspondiente al lugar donde se lleve a cabo el festival. La solicitud debe contener una clara representación del signo. El signo debe satisfacer ciertas condiciones para poder ser protegido como marca registrada: debe tener carácter **distintivo**, de manera que los consumidores puedan distinguir el producto de un productor de los productos de otros productores; no debe **inducir a engaño ni defraudar** a los consumidores, ni infringir el orden público o ser contrario a la moral.

Esa solicitud debe contener asimismo una **lista de los productos o servicios** a los que desea aplicarse el signo. Las marcas asociadas con festivales pueden registrarse para una diversidad de productos y servicios en una **variedad de clases**.

Para consultar la información de contacto de las Oficinas nacionales de PI, véase www.wipo.int/members/es/. Véase la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas (Clasificación de Niza): www.wipo.int/classifications/nice/es/

Recuadro 14. ¿En qué consiste la venta de artículos de promoción?

La venta de artículos de promoción es una forma de mercadotecnia por la cual un activo de PI (por lo general una obra protegida por una marca o por derecho de autor) es utilizado en un producto para **resaltar su atractivo** a los ojos de los consumidores. Muchas imágenes asociadas con los festivales, como una mascota, logotipo o material gráfico, pueden aparecer en una gran diversidad de productos.

El titular de una marca registrada puede usar esa marca y también puede dar su autorización para que otros la utilicen: a esto se le llama conceder una **licencia de marca**.

Para los festivales que son titulares de derechos de PI, conceder la explotación en licencia de esos derechos a posibles vendedores de artículos de promoción generará **ingresos adicionales** por concepto de derechos de licencia y regalías, de forma relativamente libre de riesgos y rentable.



Al ser titulares de marcas registradas, los festivales se encuentran bien posicionados para **comercializar sus productos** y **promocionar la venta**, tanto *in situ* como por Internet, de productos genuinos y oficiales, como camisetas, juguetes, paraguas, sombreros, pósteres, libros, artículos de papelería, CD, DVD, tazas de café, bolsas, además de artesanías hechas a mano, entre una gran cantidad de productos.

A proximidad de las instalaciones de los festivales es común encontrar a la venta camisetas u otro tipo de recuerdos baratos con el nombre o el logotipo del festival como si se tratase de “artículos de promoción oficiales”, pero que no lo son: se trata de un **fraude de imitación**. El público que asiste a los festivales corre el riesgo de que se le engañe para que compre artículos de promoción falsificados, y los festivales corren el riesgo de no percibir ingresos muy importantes. Los organizadores de festivales deberían trabajar en colaboración con un organismo de fiscalización de PI local para poner freno al fraude de imitación.

El uso no autorizado del **nombre o logotipo de un festival** constituye una amenaza grave. Cuando los organizadores de festivales han registrado ese nombre o logotipo como marca se les concede el derecho legal de prohibir a terceros el uso de la marca en relación con los productos y servicios para los cuales se ha registrado la marca. Además, la marca de un festival indica a los consumidores qué **productos son genuinos o auténticos**, y ello los distingue de las falsificaciones y las imitaciones. Las imitaciones son

artículos baratos que dan la impresión de ser auténticos, pero que de hecho no lo son; suelen fabricarse en forma masiva y con materiales de calidad inferior. A veces, las palabras están mal escritas o los logotipos están al revés, lo que proyecta una imagen negativa del festival.

Al disponer de una marca registrada, los festivales también contarán con instrumentos más adecuados para protegerse de la **ciberocupación**, salvaguardando de ese modo su presencia en Internet, que constituye un poderoso medio para la promoción del festival.

Recuadro 15. ¿Qué es un nombre de dominio?

Los nombres de dominio son formas de **direcciones de Internet** y se emplean habitualmente para encontrar sitios web. Por ejemplo, el nombre de dominio [wipo.int](http://www.wipo.int) ubica el sitio web de la OMPI en www.wipo.int. Un nombre de dominio también constituye las bases de otros métodos o aplicaciones en Internet, como los correos electrónicos; por ejemplo, el correo electrónico de la División de Conocimientos Tradicionales de la OMPI, grtkf@wipo.int, también está basado en el nombre de dominio wipo.int.

La **ciberocupación** es el registro abusivo de una marca como nombre de dominio. Los titulares de marcas pueden invocar sus derechos sobre una marca con el fin de obtener la cancelación o la transferencia de un nombre de dominio. El Centro de Arbitraje y

Mediación de la OMPI presta servicios para la solución de controversias en materia de nombres de dominio. Por ejemplo, en 2004, el *Roskilde Festival*, el mayor festival de cultura y música del norte de Europa, obtuvo la transferencia del dominio “roskilde-festival.com” (caso OMPI D2004-0285) y, en 2005, el *Glastonbury Festival of Contemporary Performing Arts* obtuvo la transferencia del nombre de dominio “glastonbury-festival.com” (caso OMPI D2005-0188).

Para obtener más información, véase www.wipo.int/amc/es/center/faq/domains.html

- elaborar un programa de venta de artículos de promoción en cuyo marco se defina la cartera de productos del festival;
- elaborar un programa de patrocinio y definir los niveles de patrocinio y los derechos que otorga;
- establecer tiendas oficiales *in situ* y en Internet; y
- supervisar diligentemente el mercado para detectar productos que infrinjan las normas de PI.

Gestionar los derechos de autor del festival: el arte de la negociación de licencias

Los organizadores de festivales deben ser **proactivos** e impedir las infracciones antes de que estas ocurran. Los artículos de promoción infractores, como camisetas o sombreros, suelen venderse cerca del lugar donde se realiza el festival. Cuando estos artículos son de baja calidad, pueden dañar la reputación del festival y la de sus artistas. Muchas personas que asisten al festival pueden confundirse en cuanto a si se trata de productos aprobados por el festival o no. Por ello, los organizadores de festivales deben supervisar de manera diligente el mercado (incluso en Internet) para detectar toda venta no autorizada de artículos de promoción con la marca del festival o una imitación de la misma, así como otros productos infractores.

Puntos clave

Con el fin de desarrollar y salvaguardar su marca, un festival debería:

- registrar una marca;
- obtener un nombre de dominio;

Los organizadores de festivales pueden ser propietarios de artículos protegidos por **derecho de autor y derechos conexos**, como fotografías o imágenes de eventos o lugares del festival, grabaciones de audio (en una cinta, CD o en formato mp3), obras audiovisuales (películas y video), producciones multimediales (como el sitio web del festival, que incorpora texto, imágenes, sonidos, videos, animaciones, etcétera), publicaciones (impresas o electrónicas) y bases de datos con información de relevancia para el festival.

Por tanto, el organizador de un festival será ser el titular del derecho de autor de una multiplicidad de obras, de cuya explotación se ocupará el mismo o autorizará a otros para que se encarguen de ello, ya sea con fines comerciales o sin fines de lucro. Los festivales que estén interesados en gestionar adecuadamente sus activos en materia de derecho de autor deberían llevar a cabo una **“auditoría de la PI**, que consiste en un examen de

todos los materiales de los que el festival pueda ser titular de derechos de PI.

Una forma de **aprovechar las ventajas comerciales** que ofrece el ser titular de material protegido por derecho de autor es **conceder licencias a terceros** para que exploten el material a cambio de un pago o de otro tipo de beneficio, que puede o no ser monetario. Una licencia es la autorización que el titular del derecho de autor concede a terceros para que ejerzan uno o varios derechos patrimoniales con respecto a una obra.

La ventaja de conceder una licencia es que el creador de las obras sigue siendo el titular de los derechos, pero al mismo tiempo permite a terceros que realicen determinados usos, tales como copiar,

distribuir, radiodifundir, difundir por Internet o crear obras derivadas. Es posible conceder una licencia **para algunos derechos y no para otros y especificar las condiciones** para su uso. Por ejemplo, al otorgar una licencia para copiar un póster diseñado por personal del festival con el objetivo de promover el mismo, el festival puede conservar el derecho a crear obras derivadas de ese póster (por ejemplo, tomar fotografías del póster o realizar una escultura a partir de la imagen). Del mismo modo, cuando concede una licencia para publicar una fotografía oficial tomada durante el festival, en un periódico o una revista, el titular de los derechos de la fotografía (el festival) no necesariamente está autorizando su publicación en otro formato (como en un libro o en Internet).



Danza tradicional tailandesa en el festival de cohetes "Boon Bang Fai", Yasothon (Tailandia), 2013

iStockphoto © toptien22photo

Control de los medios de comunicación

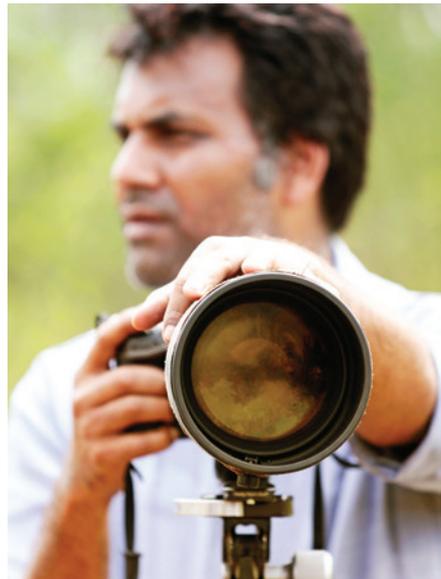
Los organizadores de festivales deben controlar la forma en que los medios de comunicación (fotógrafos y periodistas de medios gráficos, la televisión, la radio e Internet) se informan y **hablan del festival**. Con ello se facilitará la prevención del uso indebido y ayudará a combatir las infracciones en materia de imágenes y de contenido audiovisual.

Las **grabaciones profesionales y comerciales** de eventos, interpretaciones y ejecuciones oficiales (que incluye fotografía, filmación y grabación sonora) pueden ser controladas por el comité organizador del festival.

Invitar a los medios a que soliciten acreditación para acudir al festival es una buena forma de gestionar el riesgo. Los organizadores de festivales pueden establecer un **sistema de acreditación de los medios de comunicación** para aprobar los usos propuestos para la fotografía, las grabaciones audiovisuales y de audio por fotógrafos, cineastas, organismos de radiodifusión y representantes de los medios, con arreglo a las políticas de PI del festival y a la legislación nacional en materia de PI. El festival puede designar una cantidad limitada de medios de comunicación para asistir a los eventos y condicionar su ingreso a que respeten las directrices de PI. Quienes hayan sido invitados a participar en el festival (artistas intérpretes o ejecutantes, expositores, etcétera) y deseen establecer **condiciones específicas para participar** (como condiciones basadas

en sus prácticas habituales y su derecho consuetudinario) deberán comunicarlas por escrito a los organizadores del festival. Por ejemplo, en el 11.º Festival de Artes del Pacífico, que tuvo lugar en Honiara (Islas Salomón), en 2012, todos los medios de prensa tuvieron que asistir a una sesión informativa para la prensa y confirmar su inscripción para luego poder recibir un carné de prensa oficial.

Este sistema de acreditación puede gestionarse en forma electrónica, en línea, de modo que toda la información relevante y los formularios estén a disposición de los solicitantes. Por ejemplo, el *Dreaming Festival* acepta las solicitudes en línea de los medios de comunicación antes del evento.



iStockphoto © Vingeran

Los organizadores de festivales pueden adoptar medidas tendientes a superar el uso de las **emisiones oficiales**. Los derechos de **comunicar el festival al público** comprenden la transmisión por televisión, radio e Internet. En muchos países, los organismos de radiodifusión abonan grandes sumas de dinero por una cobertura exclusiva de eventos de enorme popularidad o reputación. Para que la venta de los derechos de radiodifusión sea redituable, los organizadores deben garantizar esa exclusividad.

Gestión de la propiedad intelectual de terceros

Es posible que los festivales tengan que gestionar o administrar **activos de PI de terceros**: algunos ejemplos de ello son las marcas de patrocinadores que se exhiben en las instalaciones del festival, las canciones interpretadas por músicos invitados y las obras de arte expuestas por artistas y artesanos. De hecho, los festivales deben velar por que se obtenga la debida autorización antes de proyectar una película, autorizar la interpretación de una obra de teatro o la recitación de poemas, o incluso la publicación de material en el sitio web del festival. Aun cuando se utilice simplemente una parte de una obra protegida por derecho de autor, será necesario obtener previamente la autorización.

Recuadro 16. ¿Cuándo es necesario una autorización para utilizar obras de terceros?

Con frecuencia los festivales tienen la necesidad de utilizar obras protegidas por derecho de autor u objetos de derechos conexos como parte de sus actividades. Cuando se deban utilizar obras de terceros, primero hay que determinar si es necesario obtener la autorización del titular del derecho. En principio, es necesario obtener la autorización del titular cuando:

- el material está protegido por derecho de autor y/o derechos conexos y, por consiguiente, no pertenece al dominio público;
- la explotación prevista implique ejercer todos los derechos (o una parte de ellos) concedidos al titular del derecho de autor y/o los derechos conexos; y
- el uso previsto no sea lo que se considera un “uso leal” o “prácticas leales”, o no esté cubierto por una limitación o excepción contemplada específicamente en la legislación nacional.

Proteger los derechos de terceros es fundamental para la **reputación y la continuidad del festival**. Con certeza, los artistas cuyos derechos hayan sido infringidos en un festival difícilmente vuelvan a participar o hablen muy bien del festival.

Aunque muchos abusos suelen derivarse de una mala gestión de la PI por parte de los organizadores del festival, una

simple **estrategia dirigida a obtener las autorizaciones** de todos los posibles titulares de derechos puede proteger a los organizadores de situaciones embarazosas. Por eso, los organizadores del festival deben, **con suficiente antelación**, indagar diligentemente sobre las obras que se presentarán, exhibirán, interpretarán o ejecutarán en el festival, así como asegurarse de que se hayan obtenido todas las autorizaciones de los titulares de derechos de PI.

Obtener una licencia o una autorización (preferentemente por escrito) de los titulares de los derechos para usar una obra con un fin específico suele ser la mejor manera de evitar litigios que podrían desembocar en juicios largos, caros y de resultado incierto.

Indudablemente, no es siempre sencillo identificar qué material está protegido e **identificar y ubicar** a los propietarios de ese material; una razón más para comenzar a investigar lo antes posible.

Recuadro 17. ¿Quién posee los derechos de una fotografía tomada en un festival?

Por regla general, las fotografías originales están protegidas por derecho de autor. Muchas personas pueden tener derechos sobre una fotografía: el **fotógrafo** que tomó la foto y el **creador de la obra que se muestra** en la foto (si la imagen representa un cuadro, edificio, escultura u otro objeto protegido), aunque puede haber algunas excepciones.

Asimismo, si una **persona aparece en la fotografía**, por ejemplo, un artista vestido con prendas del vestuario o alguien del público, esa persona podrá gozar de derechos de imagen y privacidad. En muchos países, la fotografía de una persona tomada en un espacio público (como un festival) puede ser lícita si se ha tomado como parte de acontecimientos de actualidad y no perjudica la dignidad ni la privacidad de la persona. No obstante, si se pretende darle un uso comercial, será necesario obtener una autorización.

Las fotografías de las escenografías, así como de los artistas intérpretes o ejecutantes ensayando, actuando, bailando o cantando (teatro, danza, concierto, ópera, etcétera) pueden ser utilizadas para **promocionar el festival**, por ejemplo, en pósteres, tarjetas postales o folletos informativos. En virtud de lo expuesto, para que el festival pueda utilizar las fotografías, lo más probable es que se necesite obtener la autorización del fotógrafo, es decir, el titular del derecho de autor de la obra representada, además de la autorización de las personas que aparecen en las fotografías. Para obtener información sobre los formularios de autorización generales, véase el recuadro 18, *¿Pueden los organizadores de festivales filmar y transmitir todos los eventos del festival?*

Los organizadores de festivales pueden **encargar a fotógrafos profesionales** que documenten y generen un material de valor promocional

Stockphoto © Catherine Lane



Adultos vestidos con los trajes de los indígenas de los Estados Unidos danzando en el festival Pow Wow de celebración de la vida en el parque del Monte Trashmore, Virginia Beach (Estados Unidos de América), 2011. Evento público gratuito en terreno público

y archivístico. En un **contrato escrito** celebrado entre el festival y el fotógrafo se especificará quién es el titular de los derechos sobre las fotografías (en algunos países, el derecho de autor sobre las fotografías encargadas recae en la persona que las encarga; en este caso, el festival), todos los usos autorizados de las fotografías (reproducción, exhibición, distribución, etcétera), así como la duración y el territorio comprendido para el uso, entre otras consideraciones importantes. En el contrato se podrán especificar además otros usos, como la donación de los negativos al archivo del festival para su conservación.

Asimismo, de acuerdo con las prácticas más extendidas, en la **leyenda debajo de la fotografía** debe indicarse claramente el nombre del fotógrafo y el tema u objeto de la fotografía (título de la obra o nombre del artista, por ejemplo).

Los festivales pueden poner en marcha un mecanismo por el cual, como condición para asistir al festival, los asistentes dan su consentimiento a ser filmados, fotografiados y grabados como parte del público. Podría colocarse un aviso en el billete de entrada al festival o al recinto, en el que se establezca lo siguiente: “Quienes asistan al festival dan su consentimiento de manera voluntaria e irrevocable para que se puedan grabar imágenes de ellos en fotos, audios y videos de contenido general. Las grabaciones pueden ser efectuadas por el equipo de filmación y por los fotógrafos empleados, contratados o autorizados por el festival.” Se espera de hecho que al concurrir a eventos públicos, se tomen fotografías a los asistentes como parte de la cobertura mediática o con fines documentales. No obstante, como gesto de cortesía, es probable que los fotógrafos soliciten autorización verbalmente a las personas en cuestión.

Recuadro 18. ¿Pueden los organizadores de festivales filmar y transmitir todos los eventos del festival?

Los organizadores de festivales deben obtener la autorización de los titulares de derechos de las obras que se exhiben, interpretan o ejecutan, así como de los artistas intérpretes o ejecutantes (cantantes, músicos, actores, etc.) antes de filmarlos durante la interpretación o ejecución en vivo.

A fin de evitar malentendidos y problemas legales, todos los participantes del festival deberían firmar un **formulario de autorización general** antes del comienzo del festival. Los formularios de autorización se utilizan para informar a los artistas intérpretes o ejecutantes de la utilización de la grabación, para solicitar su consentimiento por escrito para su uso y para describir brevemente su destino futuro en lo que atañe a su archivo y uso en otros contextos. Lo mismo debería aplicarse a las grabaciones sonoras y a la fotografía fija (para las fotografías, véase el recuadro 17, *¿Quién posee los derechos de una fotografía tomada en un festival?*).

Recuadro 19. ¿Qué se entiende por obras huérfanas?

Las obras huérfanas son obras que están protegidas por derecho de autor, pero cuyo **autor o titular de los derechos no puede ser identificado o encontrado**. Esto puede deberse a que el autor ha fallecido o sus herederos no pueden ser ubicados, o porque las obras ya han sido descatálogadas y todo rastro del autor ha desaparecido.

Como ejemplos de obras huérfanas cabe mencionar las fotografías que no indican el nombre del fotógrafo, como las fotos de expediciones científicas e imágenes históricas, grabaciones de música folclórica antigua o novelas poco conocidas.

Los organizadores de festivales a menudo deben destinar importantes recursos para ubicar al titular del derecho de autor. El **proceso de búsqueda es largo y costoso**, y a menudo infructuoso. Si los organizadores deciden usar la obra a pesar de no haber obtenido la autorización para hacerlo, pueden arriesgarse a que se entablen acciones legales en su contra por haber cometido una infracción. Debido a estos riesgos, los festivales deberían evitar usar la obra.

En el ámbito nacional, regional e internacional se están considerando varias posibilidades para encontrar una solución óptima a tan grave problema, incluyendo la excepción por búsqueda diligente.

A menudo se comparan las expresiones culturales tradicionales con las obras huérfanas, dado que suele ser difícil identificar al “autor”. Sin embargo, por varios motivos, entran en juego una serie de cuestiones de política, como el hecho de que frecuentemente las ECT no son la creación de un único autor y que nunca han estado protegidas por derecho de autor.

Gestión de los intereses culturales y consuetudinarios de los participantes en festivales

Los festivales suelen abarcar una **variedad de ECT y CC.TT.**, que son la esencia misma de la identidad cultural de sus portadores: danzas, ceremonias, música, teatro, artesanías, pintura y artes corporales, trajes típicos y máscaras, comidas tradicionales, etcétera. Aunque los CC.TT. y las ECT se exhiban y compartan en los festivales, ello no implica necesariamente que sus custodios o titulares tradicionales hayan autorizado su explotación. Los propios organizadores de festivales pueden sufrir en carne propia los usos indebidos del contenido cultural que se exhibe durante el festival, y por esa razón son los principales interesados en adoptar una postura firme para la protección de las culturas tradicionales.

Por ejemplo, puede darse el caso de copias industriales de **trajes de danzas** que se venden como “auténticos” cerca del lugar del festival (trajes que normalmente son realizados a partir de métodos ancestrales de tejido) o el caso del **pintado ritual facial o corporal**, o tatuajes rituales, utilizados fuera de contexto por personas ajenas a esa cultura y de manera ofensiva.

Aunque estrictamente no constituye una vulneración de la legislación en materia de propiedad intelectual, de todas maneras se consideraría **ofensivo y culturalmente inapropiado** fotografiar, grabar,

filmar, copiar, imitar o comercializar las interpretaciones o ejecuciones y exhibiciones que incluyan CC.TT. o ECT, en especial si involucrara material sensible o sagrado desde el punto de vista cultural. El uso no autorizado puede ofender u ocasionar un perjuicio a personas, así como también interferir con la integridad cultural del material vinculado a toda una comunidad.

Sin **medidas adecuadas** específicamente diseñadas para abordar los intereses centrados en los conocimientos tradicionales y las expresiones culturales tradicionales, y sin un mecanismo eficaz para velar por su observancia, las manifestaciones del festival pueden ser objeto de explotación indebida por parte de terceros.

Por ese motivo, los organizadores de festivales deberían adoptar **medidas complementarias**, que trasciendan el marco de los derechos de PI, a fin de proteger los intereses culturales de los participantes cuyas expresiones artísticas no reúnen las condiciones para que se les otorgue protección por medio de derechos de PI. Esas medidas, entre las que cabe destacar las directrices, los contratos, los avisos y advertencias, se explican en los siguientes párrafos.

Las **directrices** se utilizan con frecuencia para informar, recomendar y dar instrucciones al público asistente y a los medios de comunicación sobre la necesidad de respetar los CC.TT. y las ECT de

los participantes en el festival. Con las directrices se pretende establecer las normas adecuadas de comportamiento y de respeto en el festival. Así, las directrices pueden emplearse, por ejemplo, para garantizar que se mencione a los custodios de los CC.TT. y las ECT o para fomentar el respeto del carácter sagrado de una ejecución o interpretación.



Danza tradicional del sombrero negro ejecutada en el festival religioso *Ishechu* de Bhután



Los **contratos**, especialmente los que se asientan por escrito, pueden ser una opción para abordar con sensibilidad los CC.TT. y las ECT. En estos documentos se pueden establecer las condiciones relativas al uso del material conforme a los valores y las necesidades de sus titulares (el reconocimiento, la aceptación y el respeto por los valores e intereses culturales). Los contratos también constituyen un medio adecuado para concretar **acuerdos financieros** y convenir la **participación en los beneficios** derivados de la explotación de los CC.TT. y las ECT con sus titulares. Los organizadores de festivales podrían animar a los visitantes a que obtengan autorización de los titulares tradicionales antes de utilizar los **CC.TT. aprendidos en el festival**, sobre todo si el uso ulterior es con fines de lucro.

Recuadro 20. Fotografías no autorizadas de una interpretación o ejecución del festival: estudio de caso

El *Laura Aboriginal Dance and Cultural Festival* es una celebración de la canción, la danza y la música australiana indígena. Los bailarines indígenas interpretan sus danzas tradicionales tal como su comunidad lo ha hecho durante generaciones. Las interpretaciones representan la diversidad de las culturas indígenas. El festival convoca la presencia de turistas australianos y extranjeros.

En 1998, se informó a los bailarines de Wik Apalech de la existencia de productos que reproducían sus imágenes sin su conocimiento. Un fotó-

grafo comercial que había concurrido al festival en 1995 tomó una fotografía que mostraba al grupo de bailarines vestidos para la ceremonia con pintura corporal y tocados de plumas. La fotografía se reprodujo en CD, tarjetas postales y casetes, así como en el sitio web, sin el consentimiento de los artistas intérpretes o ejecutantes.

Para los bailarines de Wik Apalech, el uso no autorizado de sus imágenes era culturalmente ofensivo. De acuerdo con el derecho consuetudinario Wik, su material cultural puede ser difundido únicamente por personas con determinada condición.

Los bailarines decidieron tomar medidas para cesar la fabricación de los productos y eliminar las fotografías del sitio web. En virtud de la legislación sobre derecho de autor, los derechos sobre las fotografías por lo general recaen en el fotógrafo, por lo cual los bailarines solo podrían confiar en la buena fe del fabricante para impedir el uso de su imagen.

En 1999, los organizadores del festival Laura aprobaron el texto de un **contrato escrito** en lo relativo a todas las fotografías y filmaciones que se realicen en el festival. En el contrato se establece que debe obtenerse el consentimiento de los artistas intérpretes o ejecutantes y que deben cumplirse determinadas condiciones para el control de las fotografías con fines comerciales, como la de obtener el consentimiento previo de los artistas intérpretes o ejecutantes.

Véase el estudio de caso 5 titulado “Protection of indigenous dance performances”, de la publicación de la OMPI de 2003 (en inglés) *Minding Culture*, www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/tk/781/wipo_pub_781.pdf.

De igual modo, los **avisos y advertencias** pueden facilitar la protección de los intereses de los participantes en materia de CC.TT. y ECT, así como restringir los usos no autorizados. Pueden darse advertencias verbales antes de una interpretación o ejecución, o en momentos oportunos en el lugar del festival. A continuación se proporciona un ejemplo de advertencia.

Nunca debe asumirse que está permitido copiar, grabar, filmar o adaptar las canciones, danzas, historias y artesanías que se exhiben.

Si se respetan los derechos e intereses culturales de los creadores, se respeta también su labor creativa y medio de vida.

Sensibilización del público y observancia de la estrategia de propiedad intelectual

Los festivales deben velar por que se respeten los derechos de PI, y ello puede hacerse a través de diversas medidas, que se exponen a continuación.

Preparación de signos, avisos y advertencias

Aunque los organizadores de festivales sean conscientes del deber de respetar los derechos de PI y los intereses culturales que emanan del festival, y estén dispuestos a respetarlos, es posible que tal no sea el caso de los asistentes y participantes. De allí la importancia de **informar e instruir al público** acerca del deber de respetar los derechos e intereses en materia de propiedad intelectual, conocimientos tradicionales y expresiones culturales tradicionales, del festival y de sus artistas intérpretes o ejecutantes, expositores, artistas y creadores, además de sus comunidades. En su redacción es posible incluso asignarles un carácter exigible y contractual y que el público tome conocimiento de ellos.

Los signos, avisos y advertencias son una buena forma de proporcionar información clara sobre **qué puede y qué no puede hacerse**. Pueden colocarse:

- en los puntos de venta de las entradas;
- en lugares ubicados dentro del festival;
- en el sitio donde se realiza la interpretación, ejecución o exhibición;
- en los mapas, folletos y volantes informativos que se entregan al público;
- en el programa del festival;
- en los billetes de entrada al festival;
- en el sitio web del festival;
- en anuncios en periódicos y en la radio, como parte de las campañas informativas o publicitarias; o
- en cualquier otro medio adecuado.

En el **anexo I** que figura al final de esta guía se ofrecen ejemplos de lo que podrían contener esos signos, avisos y advertencias. Podrían redactarse en todos los idiomas necesarios a fin de abarcar una audiencia lo más amplia posible.

Recuadro 21. Capacitación del personal y de los voluntarios del festival

Las personas que trabajan con carácter permanente o temporal para el festival deberían tener al menos una **mínima comprensión de las cuestiones relativas a la PI** que afectan al festival. A modo de ejemplo, puede instruirse al personal o a los voluntarios del festival para que intervengan cuando haya falsificadores en una sala de concierto o para que expliquen al público por qué no pueden fotografiar determinadas exhibiciones artísticas. Dos formas eficaces de fomentar la sensibilización sobre PI podrían ser la organización de una breve sesión informativa para el personal y los voluntarios del festival o la entrega de material informativo como parte de la capacitación. Ello debería realizarse con antelación suficiente a la fecha de celebración del festival para que el personal y los voluntarios puedan investigar y examinar la información y aprender más sobre el tema.

Elaboración de una estrategia de respeto

Es responsabilidad de los organizadores del festival velar por que la política de PI del evento **sea respetada y aplicada con eficacia**: en el lugar donde se realiza el festival y fuera de él, en Internet, así como antes, durante y después de que se lleve a cabo el festival. De hecho, la supervisión no se limita a las instalaciones del festival y no termina el último día del festival. Las violaciones pueden salir a la luz o ser señaladas a la atención de los organizadores del festival días, meses o incluso años después de realizado el evento y pueden surgir en lugares insospechados.

Para asumir esa responsabilidad, se recomienda a los organizadores que elaboren una **estrategia de respeto de la PI** con suficiente antelación. Esta estrategia deberá incluir, entre otros, elementos para cesar los usos no autorizados, evitar futuras infracciones y obtener una indemnización por los daños y perjuicios ocasionados como consecuencia de las infracciones. Los siguientes elementos pueden configurar una estrategia eficaz, por ejemplo, demandas en lo civil, recursos legales, acceso a la justicia, costas judiciales y honorarios profesionales por el asesoramiento jurídico. Es también pertinente tomar en consideración los métodos extrajudiciales como el arbitraje o la mediación, así como las medidas tecnológicas para impedir que se contravenga la política de PI, además del procedimiento penal y la función que puede desempeñar la administración de aduanas. A continuación se abordan con más detalle algunos de esos aspectos.

Control de las infracciones e inicio de acciones legales

Antes de iniciar cualquier acción legal, el organizador del festival debe **examinar detenidamente la situación**: quién es el presunto infractor, cómo afecta al festival la infracción, qué tan grave es y cuál es el alcance de la infracción, y si se trata o no de una infracción reiterada. Las respuestas a esas preguntas ayudarán a definir el camino correcto para resolver el problema.

A veces, a los organizadores de festivales puede resultarles útil **solicitar asesoramiento profesional** a un abogado especialista en propiedad intelectual antes de decidir qué camino tomar. En la esfera del derecho de autor, también cabe consultar a los organismos de gestión colectiva.

Por lo general, se recomienda tratar de resolver la controversia lo antes posible. También conviene intentar resolver la situación **de manera amistosa y beneficiosa para ambas partes**, informando al infractor y resaltando la existencia de los derechos de PI del festival o de los artistas invitados. Cuando se producen infracciones involuntarias, el infractor debe cesar su accionar al ser informado de la ilegalidad de su comportamiento.

Si el infractor no acepta cesar o modificar sus actividades, recurrir a la **negociación** es un elemento importante para hacer valer los derechos del festival. Cada vez más los procedimientos de **solución extrajudicial de controversias** se consideran medios eficaces para resolver controversias.

Recurrir a los mecanismos de solución extrajudicial de controversias es una opción viable para quienes busquen un método rápido y eficaz en función de los costos para resolver conflictos en materia de PI y cuestiones relativas a los CC.TT. y las ECT. Estas controversias son complejas y dan lugar a cuestiones no solo de índole jurídica, sino también de índole cultural o ética, y por tanto, la reparación por conducto de un procedimiento judicial ante un tribunal nacional no siempre es posible o deseable. El Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI puede asistir a las partes en la solución de controversias y cuenta con un servicio específico para cuestiones relativas al arte y al patrimonio cultural: www.wipo.int/amc/en/center/specific-sectors/art/. Véase también el recuadro 15, *¿Qué es un nombre de dominio?*

En algunos casos, los festivales pueden decidir entablar acciones legales contra el infractor. En la mayoría de los países, los **remedios o recursos legales** como las acciones de cesación, la indemnización por daños y perjuicios o las medidas cautelares, son decididas en acciones civiles. En virtud de las costas procesales de una causa civil, es aconsejable prevenir antes la contratación de **pólizas de seguro de protección jurídica**, si procede.

En muchos países, **el proceso penal** es el más indicado para las infracciones graves en materia de PI, que se cometen de manera intencional o con fines comerciales. Las legislaciones nacionales rigen los procedimientos y la relación entre la causa penal y cualquier otra causa que incoe el titular del derecho.

Danza folclórica mexicana de Jalisco,
Seúl (República de Corea), 2009



Resumen

Los festivales folclóricos, artísticos y culturales son **manifestaciones complejas del patrimonio cultural** que incluyen cantos, danza, teatro, festividades, tradición oral y narrativa, muestras de artesanía, deportes y otras formas de entretenimiento.

La **organización de un festival es un difícil proceso** que comprende muchos elementos culturales, logísticos, jurídicos, comerciales y de gestión. La elaboración de una estrategia eficaz concebida para proteger los **intereses en materia de PI y los intereses culturales** de todas las partes constituye un elemento fundamental para llevar adelante esta tarea.

Una **estrategia eficaz de gestión de la PI** contribuye a fomentar el respeto por la cultura y genera oportunidades económicas para la celebración animada de la variedad y diversidad de las culturas del mundo. Los **instrumentos de PI convencionales** ofrecen cierto grado de protección; para obtener una protección adicional se pueden adoptar **medidas complementarias** como las directrices y los avisos culturales.

La gestión de la PI no termina con la ceremonia de clausura del festival. Los organizadores del festival continuarán ocupados con cuestiones de propiedad intelectual. Cuando se estén preparando para la **próxima edición**, los organizadores del festival deberían analizar y poner en práctica las **lecciones aprendidas** en las ediciones anteriores: la experiencia adquirida en PI es crucial para que el festival siga cosechando éxitos



Anexo

Anexo I: Ejemplos de avisos

Los siguientes ejemplos se proporcionan a título meramente informativo. La OMPI no se hace responsable por su adopción u observancia.

Aviso de marca

El nombre y logotipo del festival son marcas registradas de [el festival] y son propiedad y están administradas por [el festival]. No está permitido el uso no autorizado. Para formular una consulta sobre la negociación de licencias, póngase en contacto con [el comité organizador del festival].

Aviso de reserva del derecho de autor

©, [fecha], [nombre del festival]. Todos los derechos reservados.

Avisos sobre fotografías, grabaciones, filmaciones y publicaciones

- Respétense los derechos de propiedad intelectual al tomar fotografías/grabar/filmar.
- Está prohibido fotografiar/grabar/filmar, salvo para uso privado, personal y sin fines comerciales.
- Está prohibido fotografiar/grabar/filmar, salvo que se indique expresamente en un cartel, aviso, advertencia o anuncio.
- El permiso para fotografiar/grabar/filmar debe solicitarse al personal del festival.
- No está permitido tomar fotografías con flash.
- No está permitido fotografiar/filmar/grabar contenido de índole sagrado o secreto, o en el que figuren desnudos o se exhiban obras artísticas.

- No está permitido subir material a sitios de Internet como YouTube, Facebook, Twitter y otros sitios de redes sociales.
- Para todos los usos previstos debe obtenerse la autorización de los artistas intérpretes o ejecutantes/expositores así como de los organizadores del festival antes de realizar cualquier fotografía/grabación/filmación.
- No está permitido fotografiar/grabar/filmar con fines comerciales sin que se haya emitido a tal efecto un permiso o acreditación.
- El uso de todo o una parte de las interpretaciones o ejecuciones y presentaciones con fines no autorizados puede constituir una grave violación al derecho consuetudinario.
- Al tomar fotografías, realizar grabaciones o filmaciones, hágalo con educación y sensibilidad, y procúrese siempre el consentimiento de los artistas intérpretes o ejecutantes.
- Se recuerda al público que no debe comportarse de manera que pueda perjudicar a los artistas intérpretes o ejecutantes tradicionales, a sus derechos a la cultura y a sus conocimientos tradicionales.

Avisos sobre las expresiones culturales tradicionales y los conocimientos tradicionales

En el festival se exhibe una diversidad de artes, pinturas corporales, tatuajes, danzas, música, ceremonias, obras de teatro, películas, grabaciones sonoras, conocimientos tradicionales, expresiones culturales tradicionales, estilos de vida, comidas preparadas, habilidades y técnicas tradicionales de sanación, que pueden estar al amparo de leyes de propiedad intelectual y/o del derecho consuetudinario. Algunos pueden ser sagrados y/o sensibles desde el punto de vista cultural.

- El uso de los conocimientos tradicionales debe hacerse con respeto. No está permitido el uso denigrante.
- No está permitido el uso, la adaptación o la comercialización de los conocimientos tradicionales sin el consentimiento fundamentado previo y libre de sus custodios.

Descargo de responsabilidad del festival

Los organizadores del festival no se hacen responsables de los usos no autorizados ni de la reproducción de conocimientos tradicionales o expresiones culturales tradicionales (incluido el material sagrado), así como tampoco de las consecuencias que pueda acarrear el no haber obtenido los permisos necesarios.

Anexo II: Aspectos que deben tenerse en cuenta

1. Asumir responsabilidad

Identificar a la persona o establecer el comité que se encargará de la propiedad intelectual en nombre del festival.

Asegurarse de que el personal y los voluntarios que trabajen en el festival estén al corriente de lo que es la propiedad intelectual, y que puedan intervenir si se produjera una infracción.

2. Conocer sus derechos e intereses

2.1 Hacer un estudio de los activos culturales y de propiedad intelectual del festival

Llevar a cabo una “auditoría” para tener una visión general de los derechos de propiedad intelectual que posee el festival, así como de los intereses culturales en juego.

2.1.1 Marcas

- ¿Dispone el festival de una marca?
- En caso negativo, crear una.
- En caso afirmativo, ¿ha sido registrada ante la oficina nacional de marcas de cada país donde se lleva a cabo el festival?
- ¿Cuenta el festival con un nombre de dominio para su sitio web?

2.1.2 Derecho de autor

- ¿Posee el festival material propio protegido por derecho de autor u objetos de derechos conexos?

Recuerden, ¡no es necesario que el material protegido por derecho de autor esté registrado para que esté protegido!

Por ejemplo:

- pósteres
- folletos
- carteles
- volantes
- contenido de sitios web
- grabaciones sonoras
- material audiovisual
- canciones
- fotografías

2.1.3 Conocimientos tradicionales y expresiones culturales tradicionales

- ¿Posee el festival elementos de conocimientos tradicionales o expresiones culturales tradicionales?
- ¿Poseen los participantes en el festival elementos de conocimientos tradicionales o expresiones culturales tradicionales que el festival debería ayudar a proteger?

2.2 Evaluar los derechos e intereses del festival

2.2.1 Registrar la marca

- Ponerse en contacto con la oficina nacional de propiedad intelectual para obtener información sobre el procedimiento de registro. Para mayor información, consulte www.wipo.int/members/es/ y seleccione el país.
- Si fuera necesario, solicite ayuda a un agente de marcas o a un abogado.

2.2.2 Registrar un nombre de dominio

- El nombre de dominio podría estar basado en la(s) marca(s) registrada(s) del festival.

3. Gestionar los derechos e intereses

3.1 Elaborar estrategias para autorizar el uso de terceros

Elaborar programas de comercialización y promoción para determinar qué uso darán el festival y terceros a la(s) marca(s) y al material protegido por derecho de autor.

Celebrar contratos, como acuerdos de concesión de licencias, con:

- quienes utilizarán la(s) marca(s) en los artículos de promoción;
- quienes utilizarán las obras protegidas por derecho de autor;
- los medios de comunicación que realizarán la cobertura del festival.

3.2 Obtener autorización para usar el material de terceros

Identificar el material cuyos derechos pertenecen a terceros y de quienes es necesario obtener autorización para usarlo.

Asegurarse de que el festival o el participante en cuestión han obtenido la autorización para usar:

- obras protegidas por derecho de autor: canciones, obras de teatro, fotografías, películas, obras artísticas, etcétera;
- objetos protegidos por derechos conexos: interpretaciones o ejecuciones gra-

badas, grabaciones sonoras, emisiones, etcétera;

- marcas registradas: de patrocinadores y otros.

Celebrar contratos, como acuerdos de concesión de licencias, con los titulares de los derechos de esos materiales.

3.3 Gestionar los intereses culturales asociados con los conocimientos tradicionales

Preparar directrices, avisos y advertencias con el fin de:

- Informar al público sobre la necesidad de respetar los conocimientos tradicionales y las expresiones culturales tradicionales de los participantes en el festival.
- Dar instrucciones al público sobre el comportamiento adecuado que debe adoptarse.

Celebrar contratos para autorizar el uso comercial por parte de terceros, para garantizar una explotación lícita y negociar las cláusulas y condiciones, incluida la participación en los beneficios.

4. Velar por el respeto de los derechos y los intereses

Velar por el respeto de los derechos e intereses no comienza y termina con la celebración del festival. Es una actividad continua que, por supuesto, se intensificará durante el festival.

4.1 Supervisar el uso del material protegido por derechos.

4.1.1 En el lugar del festival

4.1.2 En los alrededores del lugar del festival

4.1.3 En Internet

4.2 Evitar y cesar los usos no autorizados

4.2.1 Concientizar sobre los usos no autorizados y prevenirlos

4.2.2 Informar a los infractores de la naturaleza de la actividad infractora

4.2.3 Si procede, negociar con los infractores

- Recurrir a la mediación
- Recurrir al arbitraje

4.2.4 Emprender acciones legales contra los infractores

Anexo III: Glosario

Nota: El propósito de este glosario es explicar algunos de los conceptos más importantes que se mencionan en esta guía. Las definiciones suministradas se limitan al uso previsto en la guía, y el uso de estos términos no tiene por objeto sugerir un consenso entre los Estados miembros de la OMPI en cuanto a su validez o conveniencia.

Arbitraje

El arbitraje es un procedimiento neutral en cuyo marco se somete una controversia a uno o varios árbitros para que dicten una decisión vinculante al respecto.

Artista intérprete o ejecutante

En la normativa internacional de derecho de autor, por artistas intérpretes o ejecutantes se entienden los actores, cantantes, músicos, bailarines u otras personas que representan un papel, cantan, recitan, declaman, interpretan o ejecutan en cualquier forma obras literarias o artísticas o expresiones del folclore.

Conocimientos tradicionales

Por conocimientos tradicionales se entienden los conocimientos resultantes de la actividad intelectual en un contexto tradicional, en particular, los conocimientos especializados, las prácticas, capacidades e innovaciones. Los conocimientos tradicionales pueden darse en una gran variedad de contextos, como por ejemplo: conocimientos agrícolas, científicos, técnicos, ecológicos, medicinales, incluidos los medicamentos y remedios medicinales, conocimientos relacionados con la biodiversidad, etcétera.

Conservación

La conservación puede referirse a la preservación de los conocimientos tradicionales y las expresiones culturales en forma fija, como su identificación, documentación, transmisión, revitalización y promoción con el fin de asegurar su mantenimiento o viabilidad. Su finalidad es velar por que no desaparezcan, se pierdan o degraden, y que estén a disposición de un público más amplio (incluido el ámbito académico y de investigación), habida cuenta de su importancia cultural.

Derecho de autor

El derecho de autor hace referencia a los derechos conferidos a los creadores sobre sus obras originales. El derecho de autor abarca obras tales como novelas, poemas, obras de teatro, películas, canciones, danzas, pinturas, dibujos, fotografías y esculturas, entre muchas otras.

Derechos morales

Por derecho moral se entiende el derecho a reivindicar la autoría de una obra y de oponerse a toda mutilación o deformación u otra modificación de la misma o a cualquier atentado a la misma que cause perjuicio al honor o a la reputación del autor.

Diseños industriales

Un diseño industrial (dibujo o modelo industrial) constituye el aspecto ornamental o estético de un artículo. El diseño industrial puede revestir características tridimensionales, como la forma o la superficie de un artículo, o bidimensionales, como los motivos, las líneas y los colores.

Expresiones culturales tradicionales

Las expresiones culturales tradicionales son la forma con que se expresan, comunican o manifiestan las culturas tradicionales. La música y las interpretaciones o ejecuciones, las narraciones, los nombres y los símbolos, los diseños y las formas arquitectónicas tradicionales son ejemplos de expresiones culturales tradicionales.

Indicación geográfica

Una indicación geográfica es un signo utilizado en productos que tienen un origen geográfico concreto y cuyas cualidades, reputación y características se deben esencialmente a su lugar de origen. Por lo general, la indicación geográfica consiste en el nombre del lugar de origen de los productos.

Infracción

Una infracción es la violación de un derecho de propiedad intelectual.

Licencia

Una licencia es un tipo de contrato por el cual el titular del derecho de propiedad intelectual autoriza a terceros a ejercer uno o más derechos con respecto al objeto de ese derecho (una obra, una marca, una patente, etcétera).

Marca de certificación

Las marcas de certificación son un tipo de marcas que indican que se están cumpliendo ciertas normas definidas. Una marca de certificación famosa es WOOLMARK, que certifica que sus productos están hechos de lana en un 100%.

Marcas

Las marcas son signos distintivos, como palabras o símbolos, que permiten identificar determinados productos o servicios, como aquellos productos producidos o servicios prestados por una persona o empresa específica. Mediante la identificación del origen de los productos o servicios, las marcas ayudan a los consumidores a identificar los productos o servicios que satisfacen sus necesidades en virtud de su naturaleza y calidad, indicada por una marca distintiva.

Mediación

La mediación es un procedimiento no vinculante en el que un intermediario neutral, el mediador, ayuda a las partes a llegar a una solución de la controversia.

Propiedad intelectual

La propiedad intelectual hace referencia a las creaciones del intelecto, como las historias, la música, el arte, las invenciones, las palabras y los signos, los diseños y las ejecuciones o interpretaciones. Esas creaciones están protegidas por leyes en materia de derecho de autor, patentes, marcas, diseños, competencia desleal, entre otras.

Protección

Por protección se entiende la protección, mediante derechos de propiedad intelectual, de los conocimientos tradicionales y las expresiones culturales contra algún tipo de utilización no autorizada por parte de terceros.

Salvaguardia

En la Convención para la Salvaguardia

del Patrimonio Cultural Inmaterial (2003), de la UNESCO, se establece que “[s]e entiende por ‘salvaguardia’ las medidas encaminadas a garantizar la viabilidad del patrimonio cultural inmaterial, comprendidas la identificación, documentación, investigación, preservación, protección, promoción, valorización, transmisión -básicamente a través de la enseñanza formal y no formal- y revitalización de este patrimonio en sus distintos aspectos”.

Anexo IV: Bibliografía recomendada

Publicaciones de la OMPI

Propiedad intelectual y recursos genéticos, conocimientos tradicionales y expresiones culturales tradicionales: Perspectiva general, publicación de la OMPI N.º 933,
www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/tk/933/wipo_pub_933.pdf

Proteja y promueva su cultura: Guía práctica sobre la propiedad intelectual para los pueblos indígenas y las comunidades locales, publicación de la OMPI N.º 1048
www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_1048.pdf

La propiedad intelectual y la salvaguardia de las culturas tradicionales: Cuestiones jurídicas y opciones prácticas para museos, bibliotecas y archivos
www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/tk/1023/wipo_pub_1023.pdf

Guía para la catalogación de conocimientos tradicionales, publicación de la OMPI N.º 1049
www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_1049.pdf

Intellectual Property and the 11th Festival of Pacific Arts, Solomon Islands, 2012 (solo en inglés)
www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/tk/tk_fpa/tk_fpa_2012.pdf

Minding Culture: Case Studies on Intellectual Property and Traditional Cultural Expressions (solo en inglés)
www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/tk/781/wipo_pub_781.pdf

Marketing de la artesanía y las artes visuales: función de la propiedad intelectual - Guía práctica, publicación del CCIN.º 159
www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/itc_p159/wipo_pub_itc_p159.pdf

Reseña N.º 1: Conocimientos tradicionales y propiedad intelectual
www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_tk_1.pdf

Reseña N.º 2: Comité Intergubernamental de la OMPI sobre Propiedad Intelectual y Recursos Genéticos, Conocimientos Tradicionales y Folclore
www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_tk_2.pdf

Reseña N.º 3: Elaboración de una estrategia nacional sobre propiedad intelectual, conocimientos tradicionales y expresiones culturales tradicionales
www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_tk_3.pdf

Reseña N.º 4: Informe sobre propiedad intelectual y festivales de arte
www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_tk_4.pdf

Reseña N.º 5: La propiedad intelectual y la artesanía tradicional
www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_tk_5.pdf

Reseña N.º 6: La propiedad intelectual y los conocimientos médicos tradicionales
www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_tk_6.pdf

Reseña N.º 7: El derecho consuetudinario y los conocimientos tradicionales
www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_tk_7.pdf

Reseña N.º 8: Solución extrajudicial de controversias para las controversias relativas a la propiedad intelectual y los conocimientos tradicionales, las expresiones culturales tradicionales y los recursos genéticos
www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_tk_8.pdf

Reseña N.º 9: Catalogación de los conocimientos tradicionales y las expresiones culturales tradicionales
www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_tk_9.pdf

Celebrar la cultura: La propiedad intelectual y los festivales de artes (Revista de la OMPI, febrero de 2012)
www.wipo.int/wipo_magazine/es/2012/01/article_0008.html

Sitios web de la OMPI

Conocimientos tradicionales - OMPI

www.wipo.int/tk/es/index.html

Derecho de autor - OMPI

www.wipo.int/copyright/es/index.html

Portal de la OMPI sobre marcas

www.wipo.int/trademarks/es/index.html

Portal de la OMPI sobre indicaciones
geográficas

www.wipo.int/geo_indications/es/index.html

Diseños industriales (dibujos y
modelos) - OMPI

www.wipo.int/designs/es/index.html

Pymes - OMPI

www.wipo.int/sme/es/index.html

Organización Mundial de la
Propiedad Intelectual
34, chemin des Colombettes
P.O. Box 18
CH-1211 Ginebra 20
Suiza

Tel.: +41 22 338 91 11
Fax: +41 22 733 54 28

Para los datos de contacto
de las oficinas de la OMPI
en el exterior, visite:
www.wipo.int/about-wipo/es/offices/

Publicación de la OMPI N.º 1043S
ISBN 978-92-805-3092-6