



## ÍNDICE

### Capítulo I DERECHO Y ENTRETENIMIENTO

1. Introducción	21
2. El derecho del entretenimiento como nueva disciplina	22
3. ¿Derecho de la cultura o derecho del entretenimiento?	25
4. Las industrias “culturales”. Una visión compartida del mismo fenómeno	27
5. La “industria” del entretenimiento. Importancia económica	31
5.1. Estados Unidos	32
5.2. Europa	33
5.3. América latina	33
5.4. Argentina	34
6. La regulación legal en las industrias del entretenimiento	36
6.1. El control de los contenidos y la libertad de expresión	37
6.2. Derecho de propiedad e industrias del entretenimiento	38
6.2.1. Derechos de propiedad sobre los contenidos	39
6.2.2. Propiedad de los medios de comunicación y otras empresas “culturales”	40
6.3. Protección de los medios de comunicación y otras empresas “culturales”	43
6.4. Promoción y fomento de la cultura	44
7. La protección de los medios de comunicación en la Argentina	45
7.1. Limitación de la propiedad de empresas culturales por parte de empresas extranjeras	46
7.2. Protección especial a empresas culturales sometidas a concurso preventivo	49

### Capítulo 2 PROPIEDAD INTELECTUAL

1. La propiedad intelectual y las industrias del entretenimiento	53
2. Derecho de autor	55
2.1. Protección legal del derecho de autor	58
2.2. Aspectos básicos del derecho de autor	60
2.2.1. Plazo de duración del derecho de autor	60
2.2.2. Dominio público pagante	61
2.3. Titularidad del derecho de autor	63
2.3.1. Autoría y titularidad. Titularidad originaria o derivada	65
2.3.2. Obras en colaboración	65
2.3.3. Obras colectivas	66
2.4. La propiedad de las obras artísticas creadas por encargo y las industrias del entretenimiento	68
2.4.1. Obras artísticas creadas por encargo	69
2.4.2. Obras encargadas dentro de una relación laboral	70
2.4.3. Obras encargadas fuera de una relación laboral	71
2.5. La creación artística y su dimensión jurídica	72
2.5.1. La dicotomía “idea vs. expresión”	73
2.5.2. El plagio	74
2.6. Sanciones a los infractores al derecho de autor	74
2.6.1. Sanciones civiles	75
2.6.2. Sanciones criminales en la ley 11.723. Acción pública	75

2.7. Registros de obras protegidas por el derecho de autor	76
2.7.1. Registro de obras publicadas	77
2.7.2. Registro de obras “inéditas”	78
2.7.3. El registro y las obras extranjeras	79
2.7.4. Evaluación del sistema registral de la ley 11.723	80
3. Derechos conexos	81
3.1. El artista y el “derecho de intérprete”	82
3.1.1. Naturaleza jurídica del derecho de intérprete. Régimen híbrido	85
3.1.2. Derechos concedidos y bien protegido en el derecho del intérprete	87
3.1.3. Derecho de fijación de las interpretaciones en vivo	89
3.2. Derechos del productor fonográfico sobre el fonograma	89
3.3. Derechos del organismo de radiodifusión sobre las señales radiodifundidas	90
4. Las entidades de gestión colectiva de derechos de propiedad intelectual	91
4.1. Evolución de las sociedades de gestión colectiva en la Argentina	93
4.2. Principios que guían la gestión colectiva	95
4.3. Entidades de gestión colectiva en la Argentina	96
4.3.1. Argentares	96
4.3.2. SADAIC	97
4.3.3. AADI-CAPIF	99
4.3.4. SAGAI	100
4.3.5. DAC	100
4.3.6. CADRA	100
4.3.7. Fondo Nacional de las Artes	101
5. Los sindicatos en las industrias del entretenimiento	102
6. Otros derechos de propiedad intelectual vinculados con la industria del entretenimiento	104
6.1. Marcas	104
6.2. Nombres de dominio	107
7. La convergencia de los medios en la era digital y la propiedad intelectual	108
7.1. La propiedad intelectual en el ámbito digital	109
7.2. Las industrias del entretenimiento en la Argentina y la convergencia tecnológica	112
7.3. Abordaje del tema en otros países	113
7.4. El problema de la piratería en Internet. El fenómeno “P2P”. Sitios de enlaces	117
7.4.1. Napster	118
7.4.2. KaZAA	119
7.4.3. Grokster	121
7.4.4. Pírate bay	125
7.4.5. Viacom vs. You Tube	125
7.4.6. Infektor	126
7.4.7. Baidu	127
7.4.8. Taringa	127
7.4.9. Análisis crítico de la situación generada por las nuevas tecnologías	128

### **Capítulo 3 LA INDUSTRIA CINEMATOGRÁFICA**

1. Introducción	131
2. Evolución de la regulación de la industria cinematográfica en la Argentina	132
3. La obra cinematográfica	134
3.1. La industria cinematográfica en la ley 11.723	136
3.2. Titularidad de los derechos de autor sobre las obras cinematográficas	136
3.2.1. El autor del argumento	138
3.2.2. El productor	139

3.2.3. El compositor	140
3.2.4. El director	141
3.2.5. Facultades de los cotitulares de la obra cinematográfica	142
3.3. Término de protección del derecho de autor de la obra cinematográfica	143
4. La ley de fomento de la industria cinematográfica	144
4.1. El INCAA	145
4.2. El Fondo de Fomento Cinematográfico	149
4.3. Los créditos y subsidios a la producción cinematográfica nacional	152
4.3.1. Créditos	153
4.3.2. Subsidios	154
4.4. Cuota de pantalla y media de continuidad	157
4.5. Otras medidas de fomento	161
4.6. Poder de policía del INCAA sobre la actividad cinematográfica	162
4.6.1. En el ámbito nacional	163
4.6.2. En la comercialización de películas nacionales en el exterior	165
4.6.3. Sistema sancionatorio de la L.F.C.	165
4.7. Régimen de calificación de películas. Restricciones para los menores	167
5. Piratería en la industria cinematográfica	168
5.1. Tipos de piratería cinematográfica	170
5.1.1. Hurto o robo de copias para salas	170
5.1.2. Piratería de videocasetes	170
5.1.3. Piratería de disco óptico	173
5.1.4. Piratería a través de Internet	174
5.2. Importaciones ilegales e importaciones paralelas	174
5.3. Sanciones criminales contra la piratería	175

#### **Capítulo 4 LA RADIO Y LA TELEVISIÓN**

1. Las industrias vinculadas con la radiodifusión de contenidos	179
2. La industria radiotelevisiva	180
3. Principales activos de las industrias de la radio y de la televisión: señales, contenidos y licencias	181
3.1. La señal	182
3.2. El contenido	182
3.3. Las licencias	183
4. Protección de las emisiones según la Convención de Roma	183
5. Convergencia tecnológica: radiodifusión y telecomunicaciones	184
6. La industria televisiva	189
6.1. Breve historia de la aparición de la televisión	189
6.2. Breve historia de la televisión por cable	191
6.3. El negocio de la televisión	192
6.4. Principales “jugadores” de la industria televisiva	193
6.5. El desarrollo analógico y digital en la televisión	194
6.6. La obra televisiva	196
6.6.1. Condición ineludible de su protección legal: la originalidad	198
6.6.2. La protección de la obra televisiva en la ley 11.723, según la doctrina y la jurisprudencia	201
6.6.3. Test de originalidad	202
6.6.4. Irrelevancia de la valoración artística de la obra	203
6.6.5. La finalidad económica no altera el carácter artístico de una obra	204
6.6.6. Titularidad de la obra televisiva	204
6.6.7. La idea y la obra televisiva. El llamado “autor de la idea original”. Los formatos	211

7. La industria radial	218
7.1. Breve historia de la radio	218
7.2. La obra radial	221
8. Régimen de titularidad de servicios de comunicación audiovisual y marco regulatorio de la actividad radial y televisiva	222
8.1. Antecedentes históricos de la regulación en materia de radiodifusión	223
8.2. Alcance y finalidad de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual	225
8.3. El sistema de licencias y autorizaciones para operar servicios de comunicación audiovisual	227
8.4. Carácter de los servicios de radiodifusión	228
8.4.1. Titulares de licencias y autorizaciones de servicios de comunicación audiovisual	229
8.4.2. Adjudicación de servicios de comunicación audiovisual	229
8.4.3. Plazo de las licencias y autorizaciones de los servicios de comunicación audiovisual. Prórrogas	230
8.4.4. Requisitos para acceder a la adjudicación de una autorización o de una licencia de servicios de comunicación audiovisual	231
8.4.5. Extranjería	236
8.4.6. Las cooperativas y la adjudicación de licencias de servicios de comunicación audiovisual	237
8.4.7. Extinción de las licencias de servicios de comunicación audiovisual	238
8.4.8. Multiplicidad de licencias	238
8.5. La televisión por cable	241
8.6. Servicios de radiodifusión sonora “legales”, “precarios” e “ilegales”	242
8.7. Organismos de aplicación	244
8.7.1. Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual	244
8.7.2. Consejo Federal de Comunicación Audiovisual	246
8.7.3. Consejo Asesor de la Comunicación Audiovisual y la Infancia	248
8.7.4. Comisión Bicameral de Promoción y Seguimiento de la Comunicación Audiovisual	249
8.7.5. Defensoría del Pùblico de Servicios de Comunicación Audiovisual	249
8.8. Gravámenes aplicables a la radiodifusión	251
8.9. Control de contenidos	252
8.9.1. Finalidad y objetivos de los contenidos	253
8.9.2. Protección del idioma, la cultura y el trabajo local	253
8.9.3. Accesibilidad	254
8.9.4. Contenidos educativos	254
8.9.5. Protección de los menores	255
8.9.6. Cuotas de programación propia y nacional	256
8.9.7. Contenidos infantiles	257
8.9.8. Cuota de cine nacional	258
8.10. Registro de licenciatarios, autorizaciones, productoras, señales y agencias de publicidad en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual	259
8.11. Publicidad	260
8.12. Régimen sancionatorio	262
8.13. Injerencia estatal en la transmisión de contenidos de interés relevante	263
8.13.1. Contenidos de interés relevante	263
8.13.2. Transmisiones de partidos de la selección de fútbol	264
9. Piratería y clandestinidad de señales radiodifundidas	266
9.1. Los contenidos y las señales como objeto de protección	267
9.2. Tipos de piratería en la industria de la radiodifusión	269
9.2.1. Piratería de televisión abierta	270
9.2.2. Piratería de televisión por cable	271

9.2.3. Piratería de televisión satelital	272
9.2.4. Conexiones clandestinas	274
9.3. Evaluación de situación de la piratería televisiva en la Argentina	277
9.4. Problemática de la exhibición pública de obras televisivas	278

## **Capítulo 5 LA INDUSTRIA DE LA MÚSICA**

1. La industria de la música	281
1.1. Música e industrias culturales	281
1.2. Reacciones sociales y los primeros años de la actividad artística musical	283
1.3. Principales activos de la industria de la música: la obra musical, el fonograma y la interpretación musical	285
1.4. Los protagonistas de la industria musical	285
1.4.1. Los autores y compositores	286
1.4.2. Los editores musicales	286
1.4.3. Los productores fonográficos	287
1.4.4. Los intérpretes musicales	288
2. Cadena de valor de la industria de la música	288
2.1. La cadena de valor tradicional	288
2.2. Tecnología digital, ¿nueva cadena de valor?	289
3. La obra musical	291
3.1. Titularidad de la obra musical. Coautoría de las obras musicales	292
3.2. Plazo de protección de la obra musical	293
4. El fonograma	294
4.1. Titularidad del fonograma	299
4.2. Plazo de protección del fonograma	300
5. El intérprete de obras musicales	301
5.1. Titularidad de la interpretación musical	302
5.2. Plazos de protección de las interpretaciones musicales	304
6. Explotación económica de la música. Ejercicios de derechos concurrentes y no excluyentes por parte de los autores, intérpretes musicales y productores de fonogramas	306
6.1. Custodia de derechos de los autores, de los intérpretes artistas y de los productores	307
6.2. Facultades de los titulares de obras musicales, interpretaciones y fonogramas	308
6.2.1. Derecho de reproducción	309
6.2.2. Comunicación pública	311
6.2.3. Derecho de sincronización	317
6.2.4. Derechos de la “era digital”	318
6.3. Régimen contractual. Contrato de edición musical y obras por encargo	322
7. Regímenes de licenciamiento de bienes intelectuales en la industria musical	324
7.1. Régimen de autorización	325
7.2. Régimen de remuneración equitativa	325
7.3. Régimen de licencia legal	326
8. La gestión colectiva en la industria musical	328
8.1. SADAIC	328
8.2. AADI-CAPIF	330
8.3. Diferencias entre AADI-CAPIF y SADAIC	332
9. Piratería en la industria de la música	333
9.1. Piratería fonográfica de soportes con miras a su comercialización	335
9.2. Diferencias entre soportes musicales originales y soportes musicales apócrifos	335
9.2.1. El “Mould Code”	339

9.2.2. El “Mastering Code”	339
9.3. Infracciones previstas por la ley 11.723	339
9.4. Secuestro de soportes y elementos utilizados en la reproducción ilícita de fonogramas	345
9.5. Piratería fonográfica a través de Internet	347

## Capítulo 6 LA INDUSTRIA EDITORIAL

1. La industria editorial en la Argentina	349
2. Regulación de la industria editorial	350
3. La industria editorial en la ley 11.723	351
3.1. Titularidad de los derechos de autor de la obra literaria	351
3.2. Derechos de edición literaria. El contrato de edición	352
3.2.1. Vigencia del contrato de edición	353
3.2.2. Obligaciones del editor	353
3.2.3. Stock postterminación	354
3.2.4. Edición de obras seudónimas y anónimas	355
3.3. Registro de la obra literaria y requisitos legales para obras publicadas	356
3.4. Término de protección del derecho de autor de la obra literaria	358
3.4.1. Término de protección de obras literarias postumas	358
3.4.2. Término de protección de obras literarias anónimas	358
3.4.3. Término de protección de obras literarias publicadas en tomos	359
3.5. Limitaciones al derecho de autor sobre la obra literaria	359
4. ISBN	359
5. Ley de Fomento del Libro y la Lectura	361
5.1. Finalidad y ámbito de aplicación	361
5.2. Autoridad de aplicación	363
5.3. El Fondo de Fomento del Libro y la Lectura	364
5.4. La política tributaria frente al sector editorial	365
5.5. Acciones de fomento por parte del Estado	367
5.6. Poder de policía del Estado en el sector editorial. Sistema sancionatorio propio	368
5.7. Normas complementarias sobre el contrato de edición	370
6. Ley de Precios Mínimos de Venta de Libros	370
6.1. El precio de venta al público	371
6.1.1. Excepciones	372
6.2. Sanciones por incumplimiento	373
7. Distribución de diarios y revistas	374
7.1. Antecedentes normativos	374
7.2. Decreto 1025/00	375
7.2.1. El Registro Nacional de Vendedores y Distribuidores de Diarios y Revistas	377
7.2.2. Derechos y obligaciones de los vendedores y distribuidores inscriptos en el Registro	378
7.2.3. Cancelación de la inscripción en el Registro	379
7.2.4. Transferencias de la inscripción en el Registro	380
7.2.5. Sanciones por incumplimiento del régimen	381
7.2.6. Vigilancia del cumplimiento del régimen	382
7.2.7. Prestaciones a la comunidad	383
8. Piratería editorial. Reprografía	383
8.1. Persecución de los infractores de obras literarias	383
8.2. Reprografía	387

**Capítulo 7**  
**EL ESPECTÁCULO PÚBLICO**

1. La industria del espectáculo público	391
2. El contrato de espectáculo público	391
3. Tipos de espectáculos públicos	394
3.1. Los espectáculos musicales	395
3.2. Los espectáculos deportivos	397
4. Responsabilidad por la organización de espectáculos públicos	397
4.1. Responsabilidad del organizador de espectáculos públicos “no deportivos”	397
4.2. Responsabilidad del organizador de espectáculos deportivos	401
4.3. Responsabilidad de las asociaciones deportivas	403
4.4. Responsabilidad de los asistentes a espectáculos públicos deportivos y no deportivos	406
4.4.1. Ley de la Violencia en el Deporte	406
4.4.2. Código Contravencional de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires	408

**Capítulo 8**  
**EL TEATRO**

1. Los espectáculos teatrales	415
2. La protección legal de la obra dramática. Titulares	416
3. Facultades de los titulares de obras dramáticas	417
4. La representación de obras teatrales	417
5. Plazo de protección de la obra dramática	419
6. La Ley Nacional del Teatro	419
6.1. Finalidad y ámbito de aplicación	419
6.2. El espectáculo teatral en la ley	420
6.3. Sala de teatro	420
6.4. Sujetos comprendidos	421
6.5. Autoridad de aplicación: el Instituto Nacional del Teatro	421
6.6. Fondo de fomento del teatro	425
6.7. Sistema sancionatorio	427
7. Beneficios impositivos para el sector teatral	427

*Bibliografía* 429