

Comité de Desarrollo y Propiedad Intelectual (CDIP)

Vigesimoctava sesión
Ginebra, 16 a 20 de mayo de 2022

**VISIÓN GENERAL DE LOS PRODUCTOS EJECUTADOS EN EL CONTEXTO DEL
PROYECTO DE LA AGENDA PARA EL DESARROLLO SOBRE EL DERECHO DE
AUTOR Y LA DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS EN EL ENTORNO DIGITAL**

preparado por la Secretaría

1. El Anexo al presente documento contiene una visión general de los productos ejecutados en el contexto del proyecto de la Agenda para el Desarrollo sobre el Derecho de Autor y la Distribución de Contenidos en el Entorno Digital (documento CDIP/22/15 Rev.), que ha sido preparada por el director del proyecto.

2. *Se invita al CDIP a tomar nota de la información contenida en el Anexo al presente documento.*

[Sigue el Anexo]

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	2
2. RESÚMENES	2
I. ESTUDIO SOBRE EL MARCO JURÍDICO DE LOS SERVICIOS AUDIOVISUALES EN AMÉRICA LATINA.....	2
Parte 1: Modelos de negocios de OTT audiovisuales en América Latina: tendencias recientes y previsiones futuras	2
Anexo a la Parte 2:.....	4
Parte 3: El tratamiento jurídico del autor extranjero de obra audiovisual	4
Parte 4: Prácticas contractuales en el sector audiovisual de América Latina en un entorno digital.....	6
Parte 5: La identificación y el uso de metadatos en las obras audiovisuales	7
Parte 6: Métodos alternativos de solución de controversias, de la OMPI, para los modelos de negocio OTT audiovisuales	8
II. ESTUDIO SOBRE EL CONTENIDO AUDIOVISUAL EN EL DOMINIO PÚBLICO Y CONSIDERADO COMO OBRA HUÉRFANA.....	8
III. ESTUDIOS DE CASOS	9
Estudio de caso I: Las mujeres en la industria audiovisual: panorama de países de América Latina y de España.....	9
Estudio de caso II: La experiencia de una productora independiente brasileña en la distribución en línea de contenidos audiovisuales.	9
Estudio de caso III: El desarrollo de una plataforma OTT local.....	10
Estudio de caso IV: La obtención de derechos desde la perspectiva de una productora independiente brasileña	10
Estudio de caso VI: Los datos en el negocio audiovisual: tendencias y oportunidades .	12
Estudio de caso VII: Las plataformas Cine.ar y Cine.ar.play	14

VISIÓN GENERAL DE LOS PRODUCTOS EJECUTADOS EN EL CONTEXTO DEL PROYECTO DE LA AGENDA PARA EL DESARROLLO SOBRE EL DERECHO DE AUTOR Y LA DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS EN EL ENTORNO DIGITAL

1. INTRODUCCIÓN

El presente documento contiene los resúmenes de los dos estudios y los seis estudios de casos encargados en el marco del proyecto piloto sobre el Derecho de Autor y la Distribución de Contenidos en el Entorno Digital (documento [CDIP/22/15 Rev.](#)). El proyecto tiene, entre otros, el propósito de aumentar la sensibilización de los creadores y las partes interesadas sobre el marco jurídico existente, proporcionar ejemplos de las características actuales del mercado de contenidos audiovisuales en línea, así como aportar antecedentes sobre las cuestiones que se plantean actualmente con relación al derecho de autor y derechos conexos en el mercado audiovisual digital de los países participantes, a saber: Argentina, Brasil, Costa Rica, Ecuador, Perú y Uruguay.

El texto completo de los correspondientes estudios y estudios de caso están disponibles en el *Catálogo de proyectos y productos de la Agenda para el Desarrollo* que puede consultarse en:

https://dacatalogue.wipo.int/projects/DA_1_3_4_10_11_16_25_35_01)

2. RESÚMENES

I. ESTUDIO SOBRE EL MARCO JURÍDICO DE LOS SERVICIOS AUDIOVISUALES EN AMÉRICA LATINA

Parte 1: Modelos de negocios de OTT audiovisuales en América Latina: tendencias recientes y previsiones futuras

Autor: Sr. Raul Katz

Idiomas: [inglés](#) y [español](#)

Resumen

El presente estudio analiza la evolución reciente y las previsiones para el futuro cercano de los diferentes modelos de negocios de servicios audiovisuales superpuestos (*Over-The-Top*, en lo sucesivo OTT). Las tendencias recientes a escala mundial y en América Latina ilustran un importante desarrollo de estas plataformas, situándose la penetración regional en torno al 84% de los hogares con banda ancha fija. Los servicios audiovisuales OTT no están basados en un solo modelo de negocio. Si bien todos están orientados a satisfacer la misma necesidad, el entretenimiento, existen diferencias en torno a su propuesta de valor, los recursos con los que cuentan para llevar a cabo la misma, su fórmula de rentabilidad, y sus procesos operacionales. La composición de las cuotas de mercado sugiere claramente una estructura que estadísticamente se denomina de larga cola (*long tail*), dando cuenta de un mercado fragmentado, más allá de los líderes en cada segmento. Los contenidos son la

parte esencial de la oferta de valor, apreciándose una mayor oferta de títulos en el caso de plataformas del modelo de pago por transacción. La oferta de producciones nacionales se identifica como una ventaja competitiva para las plataformas locales, motivo por el cual los grandes proveedores globales de servicios OTT están incrementando los esfuerzos por incorporar en su programación este tipo de contenidos. Para los próximos años, se prevé que los servicios OTT sigan expandiéndose en América Latina. En todos los países analizados se espera que la penetración supere el 90% de los hogares con banda ancha fija en 2023. Si bien la expansión de la penetración de modelos de pago por suscripción o transacción se prevé moderada, el crecimiento será algo más pronunciado para los modelos gratuitos basados en publicidad.

Parte 2: El marco jurídico del sector audiovisual en el entorno digital

Autora: Sra. Marta García León

Idiomas: [inglés](#) y [español](#)

Resumen

El objetivo y ámbito del estudio es ofrecer información tanto del mercado en su situación actual como del marco jurídico nacional y supranacional aplicable a la explotación en línea de contenidos audiovisuales en la Argentina, el Brasil, Costa Rica, el Ecuador, el Perú y el Uruguay.

Como se recoge en el estudio, los mercados de los distintos países objeto de estudio tienen realidades diferentes y mercados de producción y explotación audiovisual heterogéneos, en los que no es infrecuente que las producciones audiovisuales que se llevan a cabo encuentren problemas para acceder a canales de distribución digital en condiciones de igualdad con contenidos producidos en otros lugares, especialmente grandes producciones extranjeras.

En este análisis se intenta determinar el tratamiento jurídico del derecho de autor y los derechos conexos en el entorno digital y los sistemas de concesión de licencias aplicados, así como las indefiniciones, retos y oportunidades para la circulación multiterritorial de contenidos en Latinoamérica, considerando en especial la situación jurídica existente en la Argentina, el Brasil, Costa Rica, el Ecuador, el Perú y el Uruguay.

En los últimos años, la producción audiovisual en América Latina ha aumentado de forma notable y genera un creciente interés en otros territorios. Al mismo tiempo, se ha producido un importante aumento en la demanda de contenidos audiovisuales en todos los formatos. Sin embargo, la explotación de contenidos audiovisuales en línea, a través de plataformas digitales, dispositivos móviles, Internet, redes sociales u otros, aunque parece claro que se perfila como el modo principal de difusión, presenta aún retos importantes, tanto para la difusión de contenidos producidos en la región como de contenidos procedentes de otros países. Por otra parte, debido a la expansión de esta forma de difusión, se está produciendo un cambio en la organización de la producción y financiación de estos contenidos, tanto en relación con la creación de nuevas dinámicas y procesos como en relación con su propia estructura y, desde luego, con el consumidor.

Es un hecho contrastado que las barreras que encuentra la distribución y exhibición de producciones nacionales, especialmente cinematográficas, se extienden a la inexistencia de un mercado regional latinoamericano como tal, en el que se contaría con la ventaja del español como lengua compartida entre todos los países a excepción del Brasil. Por otra parte, aunque existen organismos que contribuyen a la coordinación regional de la distribución de contenidos, estos son asimismo insuficientes.

A la inexistencia de un mercado regional latinoamericano se añade una normativa heterogénea en materia de propiedad intelectual y distintas regulaciones aplicables a la distribución de contenidos audiovisuales, que afectan de forma similar a los contenidos procedentes de otros países.

El desarrollo y la implantación de plataformas de difusión en línea (u otros sistemas semejantes) en estos mercados permite (o debería permitir) el acceso a contenidos que, de otra forma, resultarían de más difícil localización, especialmente para el público que busca contenido audiovisual latinoamericano, y que de otra forma tendría que recurrir (o recurre) a contenidos publicados de manera ilícita.

Anexo a la Parte 2:

Resumen del derecho de autor y derechos conexos que se aplican a escala nacional para la concesión de licencias sobre los contenidos audiovisuales en línea.

Autora: Sra. Marta García León

Idioma: [español](#)

Resumen

Este anexo contiene una serie de cuadros con información sobre el derecho de autor y los derechos conexos de los países participantes, aplicables a la concesión de licencias sobre contenidos audiovisuales en línea en los países participantes.

Parte 3: El tratamiento jurídico del autor extranjero de obra audiovisual

Autor: Sr. Aurelio Lopez-Tarruela

Idiomas: [inglés](#) y [español](#)

Resumen

Existe el consenso internacional, reflejado en los convenios internacionales en la materia, de que los autores de obras audiovisuales merecen ser adecuadamente protegidos. No obstante, dicho consenso no es tan amplio en relación con la manera en la que estos autores deben ser retribuidos por la explotación de la obra. Esto provoca que, en ocasiones, los autores de obras audiovisuales argumenten que la remuneración recibida no resulta equitativa. Este problema, reportado con carácter general, también se observa en América Latina y, con algunas excepciones, puede igualmente aparecer en los ordenamientos que son objeto de análisis en este estudio: Argentina, Brasil, Costa Rica, Ecuador, Perú y Uruguay.

El problema se acrecienta en aquellos supuestos en los que las obras se explotan en mercados diferentes al del Estado de origen de la obra de manera simultánea o sucesiva. Esta circunstancia no es, ni mucho menos, excepcional. En los últimos años, el mercado audiovisual se está viendo rápidamente transformado por las tecnologías digitales y los servicios en línea. Si bien las tradicionales ventanas de explotación y los calendarios de estrenos nacionales siguen vigentes, la disponibilidad inmediata de contenidos audiovisuales a escala mundial a través de Internet no para de crecer. Las plataformas de video a la carta (Netflix, Amazon, HBO...) están proliferando y, generalmente, ofrecen servicios de alcance internacional. Actualmente, puede accederse a todo tipo de contenidos gratuitamente a cambio de publicidad, por suscripción o mediante sistemas de pago por visión, lo que ha llevado a plantearse cuanto más pueden durar los modelos de explotación tradicionales.

Si bien es cierto que las producciones de obras audiovisuales exigen grandes inversiones y conllevan elevados riesgos, la explotación de contenidos sin límites geográficos conlleva un incremento exponencial de los ingresos que estas plataformas pueden obtener por la explotación de esas producciones. Se ha denunciado que esto no se ve necesariamente reflejado en un aumento de la remuneración de los autores proporcional al incremento de la explotación de sus obras. El problema no se limita exclusivamente a la explotación en medios digitales. Los autores tampoco son adecuadamente remunerados por la representación de sus obras en cines, o en canales de televisión por cable o radiodifusión, o por el alquiler de sus obras. Generalmente, los autores reciben un pago único por la cesión de todos sus derechos y, en la mayoría de los casos, no participan en los ingresos generados por la posterior explotación de la obra.

El objetivo de este estudio es, por un lado, analizar las razones que dificultan la protección del autor de obra audiovisual cuando la obra es objeto de explotación a escala internacional; y, por otro, determinar la eficacia de las medidas implementadas por los sistemas nacionales de derechos de autor para favorecer esta protección.

Como se expone en sendos epígrafes del documento en cuestión, las principales razones puestas de manifiesto por los representantes de los autores son dos: las divergencias existentes entre las legislaciones nacionales de propiedad intelectual y las facilidades que encuentran las plataformas para eludir las normativas de protección de los autores en los contratos cuando la relación adquiere un carácter internacional.

Las medidas implementadas en los ordenamientos jurídicos objeto de análisis para favorecer la protección de los autores de obras audiovisuales se tratan en el epígrafe III del documento. Como se explica en el mismo, los organismos de gestión colectiva (en adelante, OGC) están jugando un papel importante en este sentido. No obstante, estas no están presentes en todos los países objeto del estudio. Un segundo elemento de protección introducido en algunas legislaciones consiste en la adopción de un derecho de simple remuneración por la reproducción y comunicación pública de las obras audiovisuales, que es irrenunciable y de gestión colectiva obligatoria.

Antes de explicar las causas de todo ello, en el documento se advierte que el estudio se centra en la figura del autor de obra audiovisual, si bien muchas de las conclusiones a las

que se llegan podrían ser aplicables análogamente a otros titulares de derechos como, por ejemplo, los intérpretes.

Parte 4: Prácticas contractuales en el sector audiovisual de América Latina en un entorno digital.

Autores: Sr. Bertrand Moullier y Sra. Alexandra Galvis

Idioma: [inglés](#)

Resumen

La Parte 4 del estudio está concebida, en particular, para complementar estudios paralelos realizados sobre el marco legislativo y reglamentario del derecho de autor y el mercado de los servicios de entretenimiento cinematográfico y de vídeo digital en línea en esos países y en la región en general.

Aunque el estudio hace referencias someras a la base legislativa y reglamentaria y a las tendencias generales del mercado digital en la región, se centra principalmente en los usos y costumbres contractuales vigentes y su reciente evolución a la luz de los cambios transformadores que han afectado a las tecnologías de distribución digital, los mercados y los modelos empresariales.

Los aspectos particulares de la práctica contractual del sector audiovisual en América Latina que se abordan en el estudio se refieren específicamente a las transacciones entre las partes relativas a la transferencia, concesión de licencia o cesión de derecho de autor y derechos conexos y a las disposiciones relativas a honorarios, remuneración y reparto de ingresos. Se centra en los contratos de distribución y de concesión de licencias y en los contratos entre productores profesionales de contenidos audiovisuales y entidades tales como los distribuidores locales, regionales o mundiales, los agentes de ventas internacionales y las plataformas de difusión y de vídeo a la carta, que presentan los contenidos al mercado de consumidores. El estudio se centra en la dinámica cambiante generada por las nuevas formas de uso digitales que han hecho que la cadena de valor audiovisual sea sustancialmente más compleja desde la perspectiva de un productor en los últimos años. El estudio analiza contratos específicos de la industria de contenidos audiovisuales de carácter profesional y comercial.

El material utilizado en el estudio ha sido principalmente el resultado de entrevistas individuales en profundidad realizadas a una serie de actores actualmente activos en los ecosistemas creativo y económico del sector audiovisual en los seis países de América Latina seleccionados. Aunque la mayoría de los entrevistados son creativos o empresarios individuales, también hay ejecutivos y gestores de contratos pertenecientes a asociaciones comerciales, así como abogados de contratos individuales. Estas entrevistas se complementaron con material que ya tenían los autores, así como con nuevas investigaciones documentales. También se ha incluido y adaptado a conveniencia, formando parte de la Sección 2 del estudio, material abreviado de la segunda edición de la publicación de la OMPI ¡Derechos, cámara, acción! de Bertrand Moullier, que resume las características fundamentales de los contratos de distribución y venta de material audiovisual de uso generalizado en todo el mundo.

Cuando fue pertinente, los autores también entrevistaron a profesionales de países latinoamericanos distintos de los seis seleccionados para el estudio. Esta fue una decisión lógica, dictada por la realidad de un mercado fluido, en el que es frecuente la cooperación internacional entre productores y creadores. En particular, existe una práctica bien establecida de coproducciones multipartitas entre productores y plataformas de diferentes países de América Latina, como forma de aumentar el presupuesto y garantizar una mayor distribución en América Latina de las películas o la programación en cuestión, tanto televisiva como transmitida por Internet. Parece que la llegada del vídeo a la carta ha introducido mayor flexibilidad en este sentido y ha incrementado el mercado de contenidos importados de otros países de América Latina por distribuidores locales y/o el número de plataformas que compran en un solo acto licencias para varios territorios.

Obtener hechos y datos originales sobre el tema de estudio fue sin duda un desafío debido a la comprensible costumbre y práctica comercial de mantener estrictamente confidencial la naturaleza de las negociaciones individuales y la firma de contratos que a menudo contienen disposiciones de no divulgación o confidencialidad. Con arreglo a principios deontológicos, los resultados se presentan agrupados en amplias categorías de observaciones, una pauta diseñada para proteger el anonimato y evitar la identificación de prácticas contractuales concretas utilizadas por plataformas, radiodifusores, productores y otros participantes en la cadena de creación, producción y distribución audiovisual. En los casos en que personas y empresas específicas dieron su consentimiento expreso para divulgar cierta información relativa a contratos concretos, o a partes de estos, se hace referencia a ellos directamente, con un nivel de detalle previamente acordado.

Parte 5: La identificación y el uso de metadatos en las obras audiovisuales

Autor: Sr. Gustavo Schötz

Idiomas: [inglés](#) y [español](#)

Resumen

La Parte 5 se centra en la distribución digital de contenido audiovisual a través de plataformas en línea. Una vez que la obra audiovisual ha sido producida y comienza la explotación, en cualquiera de sus formatos y canales de distribución, su identificación es relevante en diversos momentos y para distintos objetivos; por ejemplo, para que se puedan ejercer los derechos de los titulares. En un entorno digital y global que permite que la obra audiovisual pueda ser utilizada simultáneamente en distintas plataformas por distribuidores y usuarios de cualquier país, se requiere un seguimiento preciso de dichos usos.

El informe se propone entender y explorar posibles formas de resolver los cinco problemas básicos relativos a la información y los metadatos: a) el retraso en la recopilación y la carga de datos; b) la falta de datos; c) la pérdida de datos; d) la contaminación e inconsistencia de datos; y e) el volumen de datos. Especialmente, se hace hincapié en la simplificación de la gestión de la información sobre las obras audiovisuales para reducir los costos asociados a la distribución de contenidos. El incremento de las audiencias, además de productos de calidad, requiere ampliar los canales de distribución, lo cual puede significar pérdida de control y de ingresos. Por otra parte, la distribución a través de múltiples plataformas requiere que la información y las bases de datos sean interoperables.

La ausencia de información sobre la circulación de las obras es un problema más acuciante para los pequeños productores de los países objeto de este proyecto. Si bien potencialmente el mercado digital permite disfrutar universalmente de una obra mediante doblaje o subtítulo, en realidad es muy difícil que el público acceda a ella sin la información adecuada. Y, si llegado el caso, se disfrutara de la obra en muchas jurisdicciones, la falta de información no permitiría a los titulares obtener el beneficio debido a tales usos.

El informe se centra en los datos y metadatos de las obras audiovisuales producidas y distribuidas profesionalmente. Quedan por tanto excluidos los contenidos generados por los usuarios, o prosumidores, aun cuando puedan ser considerados obras audiovisuales, ya que no constituye una producción en el sentido técnico comercial.

Parte 6: Métodos alternativos de solución de controversias, de la OMPI, para los modelos de negocio OTT audiovisuales

Autores: Sr. Leandro Toscano y Sr. Oscar Suarez

Idiomas: [inglés](#) y [español](#)

Resumen

Con el aumento en los contratos realizados para una sola producción audiovisual, algunos de ellos incluso no establecidos en forma escrita, es frecuente que surjan controversias entre las diferentes partes interesadas en el sector audiovisual. Dado el crecimiento de las producciones internacionales y la distribución global en el entorno OTT, existe una creciente necesidad de encontrar formas de proteger los intereses de los titulares y usuarios del derecho de autor y de los contenidos en el entorno digital. Esta es una realidad a escala global, que también se traslada al contexto latinoamericano. En particular, poner a disposición de las partes medios eficientes en términos de tiempo y costo para resolver las controversias que puedan surgir de sus relaciones contractuales, en especial aquellas que cuentan con elementos transfronterizos. A este respecto, el Centro de Arbitraje y Mediación de la OMPI (el Centro de la OMPI) ha visto un creciente número de mediaciones y arbitrajes de controversias transfronterizas en la industria del cine y los medios de comunicación.

II. ESTUDIO SOBRE EL CONTENIDO AUDIOVISUAL EN EL DOMINIO PÚBLICO Y CONSIDERADO COMO OBRA HUÉRFANA

Autor: Sr. Marcos Wachowicz

Idioma: [español](#)

Resumen

El dominio público de derecho de autor, aunque ha sido muy investigado por las diferentes doctrinas y objeto de múltiples iniciativas en las últimas décadas, es raramente definido y aún menos detallado en las reglas nacionales e internacionales. El sector audiovisual sufre particularmente debido al riesgo de deterioro de obras antiguas, debido a los medios frágiles en que esas obras están gravadas, siendo necesaria la aplicación de condiciones especiales

de protección en un contexto de países emergentes donde hay pocas instituciones y ausencia de entornos destinados a esa función. El simple encuadramiento de la obra en el dominio público no significa necesariamente beneficios culturales o de acceso. Seguirá existiendo la necesidad de políticas públicas, innovaciones técnicas y reformas legales, incluso fuera del derecho de autor, para garantizar un beneficio amplio del acceso a las obras en el dominio público para la sociedad en su conjunto.

III. ESTUDIOS DE CASOS

Estudio de caso I: Las mujeres en la industria audiovisual: panorama de países de América Latina y de España

Idiomas: [inglés](#), [español](#) y portugués

Autores: Sra. Débora Ivanov, Sra. Luciana Vieira, Sra. Aleteia Selonk y Sra. Marcia Cândido

Resumen

El objetivo del estudio de caso es establecer un debate sobre la participación femenina en la industria audiovisual en algunos países de América Latina y en España. Con ese fin, se ha dibujado el panorama actual de la diversidad de género, destacando la proporción de mujeres en funciones de liderazgo creativo, esto es, en los cuadros de dirección, guionización y producción de obras. Cuando ha sido posible, se han incluido además informaciones de otras funciones técnico-artísticas, de la fuerza de trabajo del sector en su conjunto y del elenco de las narrativas fílmicas. Esos últimos datos, aunque no están disponibles para todos los países y, por lo tanto, no son comparables, contribuyen a la comprensión de las diferentes situaciones y, por eso, se incluyen en las secciones correspondientes a cada país.

El trabajo recopila datos disponibles sobre la Argentina, el Brasil y México, tres de los mayores productores de contenido de la región latinoamericana, y también sobre el Uruguay y España. La inclusión de España se justifica en la importancia que el país desempeña en la circulación de las obras de lengua española. El texto está dividido en tres partes. La primera presenta una discusión conceptual de la cuestión de la diversidad de género en el sector audiovisual y de su importancia desde el punto de vista social y económico. La segunda analiza datos específicos de cada contexto nacional. Por último, la conclusión sistematiza los hallazgos, compara las realidades y presenta reflexiones sobre las causas de los desequilibrios encontrados y los caminos posibles para su superación.

Estudio de caso II: La experiencia de una productora independiente brasileña en la distribución en línea de contenidos audiovisuales.

Idioma: [inglés](#)

Autor: Sr. Rodrigo Salinas

Resumen

Este estudio de caso investiga los principales cambios que se han producido en la estructura jurídica de la producción audiovisual en el Brasil como consecuencia de la distribución digital, con arreglo a la perspectiva de los derechos necesarios para garantizar una

distribución eficaz de la obra audiovisual. También tiene por objetivo señalar los principales retos y tendencias de los productores audiovisuales brasileños en este contexto.

La producción audiovisual para distribución digital en el Brasil llega en un momento de transición desde un modelo de financiación centrado en la producción independiente que se basaba principalmente en incentivos fiscales y subvenciones públicas. Este escenario de mercado (que existió desde 1993 hasta al menos 2016) se transformó en un modelo de financiación heterogéneo, en el que hay producciones independientes que siguen siendo financiadas con recursos públicos, pero en el que hay más producciones que son financiadas en su totalidad con recursos privados. Este modelo de financiación privada está liderado por plataformas de transmisión de flujos de datos (*streaming*), programadores de televisión por cable y otros agentes del sector que contratan a productores brasileños para producir películas o series creadas y producidas localmente, destinadas a que la primera exhibición sea hecha en sus plataformas. Para entender las implicaciones prácticas, este estudio de caso se basa en la experiencia de la productora brasileña O2 Filmes.

Estudio de caso III: El desarrollo de una plataforma OTT local

Idiomas: [inglés](#) y [español](#)

Autor: Sr. Raul Katz

Resumen

Este estudio de caso compara Netflix y Claro Video en su calidad de plataformas OTT, considerando aspectos fundamentales como el precio, la accesibilidad, la interfaz de usuario y el contenido internacional y latinoamericano, entre otros.

Estudio de caso IV: La obtención de derechos desde la perspectiva de una productora independiente brasileña

Idioma: [inglés](#)

Autor: Mr. Rodrigo Salinas

Resumen

Este estudio de caso describe las prácticas de obtención de derechos comúnmente utilizadas en la producción audiovisual brasileña.

La obtención de derechos es un proceso por el que los productores revisan los materiales creativos y de producción para detectar cuestiones jurídicas que puedan acarrear responsabilidades o impedir el estreno de una película. Estas cuestiones jurídicas suelen referirse al uso de materiales preexistentes protegidos por el derecho de autor y derechos conexos, la ley de propiedad industrial, o se relacionan con los derechos de la personalidad. La obtención de derechos sobre una producción audiovisual anticipa las cuestiones jurídicas que afectan a la película como producto final, incluidos los materiales de desarrollo y la cadena de la titularidad. Tras la caracterización y descripción de los procedimientos relacionados con la obtención de derechos, en el documento se debate si esta práctica tiene, y en qué medida, características distintivas relacionadas con las producciones audiovisuales destinadas principalmente a la distribución en plataformas digitales.

Debido a las obligaciones de secreto y confidencialidad incluidas en los numerosos contratos asociados a una producción audiovisual, este estudio de caso se centra en la experiencia de productores independientes como la brasileña O2 Filmes.

En este estudio de caso se analiza la importancia de la obtención de derechos, qué derechos preexistentes se evalúan habitualmente, la obtención efectiva de derechos en las diferentes etapas de la producción y si la obtención de derechos se ve afectada por el aumento de la distribución digital. En cada uno de estos temas se hace referencia al entorno brasileño en el que trabajan los productores locales independientes. Es en este contexto se desarrollan las entrevistas a O2 Filmes y se recopilan los datos.

Estudio de caso V: El papel de un servicio de distribución de vídeo a la carta en el Brasil y América Latina: la experiencia de Sofá Digital.

Idioma: [inglés](#)

Autores: Sra. Bruna Trevelin y Sr. Rodrigo Salinas

Resumen

Este estudio de caso analiza el papel de un agregador con sede en el Brasil, Sofá Digital, en el mercado en plena evolución de la distribución de vídeo a la carta en América Latina.

En los últimos años, el vídeo a la carta (VoD) se ha consolidado como una importante vía para la distribución de obras audiovisuales. El vídeo a la carta tiene una naturaleza híbrida que engloba diferentes servicios, como es el caso del vídeo a la carta transaccional (TVoD), que parece ser el sucesor del DVD, o el vídeo a la carta por suscripción (SVoD), que puede competir más directamente con los canales de televisión de pago, por ejemplo, como se analiza en este estudio de proyecto sobre los servicios multimedia OTT.

Debido a esta naturaleza híbrida, aún no existe consenso en cuanto a la ubicación del vídeo a la carta en el marco de la cronología tradicional de las ventanas de lanzamiento de las obras audiovisuales (cine - VHS/DVD - televisión de pago - televisión en abierto). No obstante, la demanda de servicios de vídeo a la carta (en sus diversas modalidades) ha ido en aumento, particularmente en las circunstancias derivadas de la pandemia de COVID-19.

En el contexto del creciente mercado del vídeo a la carta, los agregadores aparecen como intermediarios en la distribución de obras audiovisuales, aportando conocimientos técnicos, comerciales y de *marketing*, y actuando como interfaz entre los productores individuales y los distribuidores locales, por un lado, y las plataformas digitales, por otro. Trabajan para ampliar la distribución de las obras audiovisuales, maximizando los ingresos procedentes del vídeo a la carta, más allá del tradicional estreno en salas por países, y aportando soluciones técnicas específicas para este tipo de medios.

Así, los agregadores pueden prestar diferentes servicios, como:

- a) servicios asociados a la tecnología: digitalización de contenidos, codificación, entrega, gestión de metadatos, localización de textos y control de calidad maestro;

- b) servicios de administración: agilizar el proceso administrativo; reducir la carga administrativa de las plataformas y permitir a los titulares de los derechos poner los contenidos a disposición de múltiples plataformas de vídeo a la carta sin tener que negociar con cada una de ellas individualmente; consultar y gestionar los derechos;
- c) servicios de identificación y selección de contenidos: proporcionar una estrategia de distribución digital a través de diferentes plataformas y países, asesorar sobre aspectos editoriales y de selección de contenidos considerados adecuados, ayudar a los clientes a que sus catálogos tengan en cuenta las restricciones regulatorias;
- d) servicios de *marketing*: servicios de *marketing* digital y relaciones públicas (por ejemplo, compra de anuncios en Google); asesoramiento sobre campañas de *marketing* digital (en redes sociales); o
- e) otros servicios: desarrollo de plataformas de vídeo a la carta para diversos dispositivos; elaboración de subtítulos, audiodescripción, sinopsis, obras de arte; montaje y empaquetado de secuencias cortas para ajustar los contenidos al modelo de YouTube u otros.

El tipo de servicios que ofrece un agregador depende de su estrategia de negocio y las exigencias del mercado en el que desarrolla su actividad. Este estudio de caso explica cómo Sofá Digital, el principal agregador de América Latina, responde al actual mercado de servicios OTT en el Brasil y en toda América Latina. A tal fin, la sección II presenta una breve introducción de Sofá Digital y sus principales actividades. En la sección III se presentan los antecedentes de la estructura de la propiedad intelectual y los principales cambios en el mercado de la producción audiovisual y la distribución de vídeo a la carta en América Latina, para así identificar, en la sección IV, todos aquellos aspectos que impulsan los cambios en la estrategia empresarial de Sofá Digital y describir las soluciones y el papel que está desempeñando en el mercado. Las conclusiones se presentan en la sección V.

Estudio de caso VI: Los datos en el negocio audiovisual: tendencias y oportunidades

Idioma: [inglés](#)

Autoras: Sra. Leticia Ange Pozza y Sra. Ana Paola Sifuentes

Resumen

La relación entre las personas y los datos ha cambiado en los últimos años. Lo que empezó siendo *bytes* se ha transformado rápidamente en "el nuevo petróleo" y en "los empleos más atractivos del siglo XXI", para acabar dándonos cuenta, aunque con cierto retraso, de que los datos plantean problemas relacionados con el poder, los activos de las organizaciones, la privacidad y las personas.

Organizaciones de todos los tamaños viven hoy en día en un océano de datos, cuya fuente natural son las personas. En el momento en que los niños nacen, especialmente, pero no sólo en los países de altos ingresos, se convierten en gotas de agua de este océano: habrá algún rastro de quiénes son en todo el conjunto de datos públicos y privados. Al mismo tiempo, muchas organizaciones ya estarán prediciendo en qué se convertirán en la vida. Aunque esto suena muy distópico y alejado de la realidad, los números demuestran que la realidad actual es la del océano de los macrodatos, la orientación a los datos, los algoritmos

y la inteligencia artificial (IA).

La tecnología que utiliza los datos también permite obtener productos y servicios a medida, que sin embargo también podrían conllevar una pérdida de privacidad, al tiempo que se podría juzgar injustamente a millones de personas por una valoración fuera de lugar integrada en un programa informático. En este nuevo mundo, estar desconectado, ser imprevisible y no ser rastreado es un verdadero reto. Se han realizado varios estudios que relacionan rasgos de la personalidad con el modo en que las personas se comportan al interactuar con las plataformas sociales (los "me gusta", los comentarios o las publicaciones en Instagram, por ejemplo). Estos atributos, asociados a algoritmos que ofrecen contenidos basados en el comportamiento social, son algunas de las formas en que las redes sociales han creado burbujas de contenido.

Esta realidad es muy importante, ya que es el entorno digital en el que han surgido y se desarrollan los servicios OTT. Detrás de los, en cierto modo, omnipresentes algoritmos hay programadores y responsables altamente cualificados que entienden cómo funcionan y aplican esas habilidades a su favor, como hemos visto, por ejemplo, en las plataformas de transmisión de flujos de datos (*streaming*) de vídeo que basan sus recomendaciones en las preferencias y los gustos de otros usuarios que han visto contenidos similares. Los datos son ahora céntricos y estratégicos tanto para grandes como para pequeñas empresas. Los algoritmos se han convertido en poderosas herramientas que aceleran y cambian la forma en que consumimos, nos comunicamos, percibimos y accedemos a cualquier cosa, desde la información hasta los bienes y servicios, e incluso a nosotros mismos.

Se prevé que en 2025 tendremos más datos de los que seremos capaces de analizar. Se calcula que, para finales de ese año, sólo el 15% de los datos de la *datasfera* mundial estarán etiquetados y sólo una quinta parte de ellos se analizará realmente. Los datos, el *software* y el *hardware* se están convirtiendo en mercancías valiosas. Pero ¿cómo garantizar que el 3% de los datos analizados sean relevantes para las empresas y para nuestra sociedad?

Todas las tecnologías implicadas en la Cuarta Revolución Industrial están directamente relacionadas con la recopilación, el procesamiento y el análisis de datos. Entre ellas se encuentran áreas tan importantes como el móvil, la Internet de las cosas, la inteligencia artificial, la realidad aumentada, la robótica avanzada, la genómica y las cadenas de bloques.

La industria creativa también es una parte importante de esta revolución. Las principales productoras pueden ahora basar sus decisiones en los datos. Por ejemplo, pruebas que antes se realizaban para unos pocos cientos de miembros de la audiencia potencial se hacen ahora en milisegundos para millones de personas, decidiendo qué productos se producen y cuáles no. Esta tecnología, junto con la inteligencia artificial y el aprendizaje automático, permite a los creadores de contenidos responder directamente a los gustos de un consumidor concreto e incluso anticiparse a sus preferencias y presentarle productos muy apetecibles.

Estudio de caso VII: Las plataformas Cine.ar y Cine.ar.play

Idioma: [español](#)

Autor: Sr. Gustavo Schötz

Resumen

Este estudio de caso resume la experiencia de la creación de dos plataformas en línea dedicadas a ofrecer contenidos audiovisuales argentinos. El estudio de caso examina los motivos de la creación de estas plataformas, así como posibles lecciones aprendidas de dicho proceso.

[Fin del Anexo y del documento]