

Aplicaciones fotográficas

Fotografía editorial

Fotografía editorial

Original:27/11/10 Copia:27/11/10

1 Derechos de autor

Los derechos de autor aplicados a la fotografía

#1.1 Derechos morales

Son irrenunciables e inalienables.

Son siete:

1. Decidir si su obra puede ser divulgada y en qué forma.
2. Determinar si la divulgación ha de hacerse con su nombre, bajo seudónimo o signo, o anónimamente.
3. Exigir el reconocimiento de su condición como autor de la obra.
4. Exigir el respeto a la integridad de la obra e impedir cualquier deformación, modificación, alteración o atentado contra ella que suponga perjuicio a sus legítimos intereses o menoscabo a su reputación.
5. Modificar la obra respetando los derechos adquiridos por terceros y las exigencias de protección de bienes de interés cultural.
6. Retirar la obra del comercio, por cambio de sus convicciones intelectuales o morales, previa indemnización de daños y perjuicios a los titulares de derechos de explotación. Si, posteriormente, el autor decide reemprender la explotación de su obra deberá ofrecer preferentemente los correspondientes derechos al anterior titular de los mismos y en condiciones razonablemente similares a los originales.
7. Acceder al ejemplar único o raro de la obra, cuando se halle en poder de otro, a fin de ejercitar el derecho de divulgación o cualquier otro que le corresponda. Este derecho no permitirá exigir el desplazamiento de la obra y el acceso a la misma se llevará a efecto en el lugar y forma que ocasionen menos incomodidades al poseedor, al que se indemnizará, en su caso, por los daños y perjuicios que se irroguen.

#1.2 Derechos de explotación

Derechos otorgados al autor que le permiten comercializar y beneficiarse de la comercialización de la obra.

Pueden cederse.

Son cuatro:

1. Derecho de reproducción: Fijación de la obra en un medio que permita la obtención de copias y su comunicación.
2. Derecho de distribución: Puesta a disposición del público del original o copias de la obra mediante su venta, alquiler, préstamo, etc.
3. Derecho de comunicación pública: Todo acto por el cual una pluralidad de personas pueda tener acceso a la obra sin previa distribución de ejemplares. A cada una de ellas. (Exposiciones, proyección de audiovisuales, emisiones televisivas)

4. Derecho de transformación: Cualquier modificación en su forma de la que se derive una obra diferente.

En principio estos derechos pertenecen al autor de la obra que puede cederlos a otra persona, tanto física como jurídica. Los derechos se mantienen durante toda la vida del autor y setenta años tras su fallecimiento. Una vez vencidos los derechos estos pasan a “dominio público”. Es decir que cualquier persona puede usar la obra libremente sin tener que pedir permiso para las cuatro acciones contempladas definidas en los derechos. Por ejemplo, cualquier editorial puede publicar una obra de teatro de Shakespeare, quien falleció en el siglo diecisiete. Pero esta publicación tendría que ser en inglés, porque de querer hacerlo con una traducción habría que adquirir los derechos al traductor. A no ser, claro, que éste haya fallecido hace más de setenta años.

#1.3 Derechos de remuneración simple

Son derechos de remuneración que solo pueden ejercerse una vez. Son dos:

1. Derecho de participación: El autor tiene derecho a percibir el 3% del precio de reventa siempre y cuando el precio supere los 1800 euros.
2. Derecho de remuneración por copia privada: Compensación a autores, productores e interpretes por la realización de copias privadas. Su recaudación se efectúa a través de las Entidades de Gestión Colectiva. Para los fotógrafos esta entidad es VEGAP.

#1.4 Quien es el autor

El autor debe ser una persona física. No jurídica. Las agencias, las editoriales no pueden ser autores, pero sí titulares de los derechos de explotación.

La ley protege la plasmación de las ideas, no las ideas en si.

Un anuncio es una obra compuesta, no colectiva, porque cada parte puede reconocerse al autor, cada parte puede funcionar independientemente. En la colectiva no.

#1.5 Duración de los derechos

El artículo 26 de la ley de protección de la propiedad intelectual dice:

Artículo 26. Duración y computo.

Los derechos de explotación de la obra durarán toda la vida del autor y setenta años después de su muerte o declaración de fallecimiento

2 La fotografía y los derechos de autor

#2.1 La fotografía dentro de la ley española

La legislación española describe dos tipos de fotografía que denomina “obra fotográfica” y “mera fotografía”.

La diferencia consiste en que la “mera fotografía” no tiene derechos morales y los de explotación se limitan a 25 años tras el fallecimiento del “autor” y no 70.

El problema con esta terminología es que no se dan criterios claros para diferenciar una “obra fotográfica” de una “mera fotografía”. En principio la “mera fotografía” es la que se realiza de manera rutinaria y sin inventiva, la que no es “original”.

Por esto, en todas las referencias a nuestros trabajos fotográficos: contratos, albaranes, hojas de entrega, facturas, etc, es recomendable indicar siempre que se trata de “obra fotográfica”. Aunque en caso de conflicto es el juez el que declara el tipo de obra. A pesar de esto declarar nuestras fotos como “obra fotográfica” establece un punto de partida para discutir con nuestros clientes.

En su origen al diferencia entre mera foto y obra aparece en la legislación alemana, pero allí está perfectamente definida: mera fotografía es, en Alemania, la que realizan las máquinas automáticas, los “fotomatoses” y el resultado de los escáneres. La legislación española a tomado prestado el término (traduciéndolo) pero no el concepto, que, como se ha dicho, no queda claro.

#2.2 Los derechos de explotación y la fotografía

Una idea que debemos tener muy clara es la siguiente: No *vendemos* fotos, *cedemos* derechos. La fotografía pertenece al fotógrafo. Cobramos por ceder los derechos.

De la misma manera que cuando vamos al supermercado no compramos todo lo que hay porque no sabemos exactamente que hacer para cenar tampoco debemos ceder todos los derechos de una tacada porque el cliente no sepa exactamente que hacer con ellos. Al igual que si compramos uno de cada en el supermercado no debe sorprendernos la factura nuestro cliente debería adquirir solo los derechos que va a usar, no todos. Cuantos más derechos se compran, más se debe pagar.

#2.3 ¿Cuándo debemos ceder los derechos?

Derechos de reproducción: se debe ceder siempre que haya que realizar copias de la foto. Por ejemplo, para poder publicar en una revista, o para poder imprimir carteles, postales, etc.

Derecho de distribución: debemos cederlos cuando queramos publicar numerosas copias de una misma foto. Por ejemplo en revistas, libros, portadas de libros, carteles, afiches, etc.

Derecho de comunicación pública: Cuando necesitemos que un único ejemplar de nuestra foto pueda ser visto por una cantidad numerosa de personas. Por ejemplo debemos cederlo a la galería para poder exponer las fotos, a una televisión para poder emitirlas en un programa (como un fondo de un decorado).

Derecho de transformación: En principio este es uno de los derechos que más se vulneran. No deberíamos ceder este derecho nunca. Los atentados que más frecuentemente se cometen contra nuestras fotos son tres: reencuadre, cambio de colores (por ejemplo por pasar la foto a blanco y negro sin permiso o colorearlas) y cuando se añaden elementos gráficos o texto sobre la imagen. Si cedemos el derecho de transformación después no podemos protestar porque nos reencuadren la foto o la ensucien con motivos “artísticos” o “de diseño”.

#2.4 Cesiones a terceros

Los derechos cedidos no pueden cederse a su vez a terceros. Si para publicar una fotografía cedemos los derechos correspondientes a una editorial, ésta a su vez no puede cederlos a un tercero. La

excepción es cuando nuestro cliente cesa en su actividad. Por ejemplo, hace dos años cedimos una foto para la portada de un disco por un plazo de seis años pero la discográfica ha cerrado y su fondo ha sido adquirido por otra compañía. Se entiende que ésta nueva discográfica a recibido la cesión.

Otro caso es el de las agencias. Cuando depositamos una fotografía en una agencia, de prensa, o de stock, cedemos a ésta los derechos para poder comercializar la imagen, lo que significa que la agencia gestiona los derechos de las fotos que les hemos entregado. Pero a su vez la agencia no puede transmitir los derechos a un tercero. Es decir, la agencia puede ceder los derechos de publicación, por ejemplo, a una revista, pero no a otra agencia para que los gestione. La revista que ha “comprado” la foto no puede, a su vez, “ceder” los derechos a nadie.

Por tanto hay que vigilar en los contratos cuando se ceden derechos a grupos editoriales o empresariales el uso que van a hacer de ellos. En concreto hay que vigilar que si cedemos los derechos para una revista no firmemos un contrato por el que la editorial pueda publicarlas en cualquiera de sus revistas, sino solo en las se contraten.

#2.5 Partidas comerciales

Cuando presupuestamos la cesión de derechos tratamos tres partidas:

Duración de la cesión, cobertura territorial y uso.

La duración de la cesión es el tiempo por el que cedemos los derechos. Si no especificamos nada en el contrato se sobreentiende que es por cinco años.

Cobertura territorial. Es donde se van a ver las fotos de las que cedemos el derecho. Por ejemplo en el caso de una revista se trata de donde se distribuye. Si no se dice nada en el contrato se sobreentiende que la cobertura es para el país donde se publica.

El uso se refiere a la finalidad para la que se adquieren las fotografías. No es lo mismo una portada de un disco del que se van a tirar mil copias, que cincuenta mil. No es lo mismo una foto a cuarto de página interior que una portada.

Cuanto más amplia sea la cobertura, más amplio sea el territorio y mayor sea el número de ejemplares, más alto será el precio.

3 El contrato editorial

#3.1 El autor asalariado

El artículo 51 especifica la transmisión de derechos cuando el autor está contratado por una empresa. Los apartados interesantes de este artículo son:

- 1. La transmisión al empresario de los derechos de explotación de la obra creada en virtud de una relación laboral se regirá por lo pactado en el contrato, debiendo éste realizarse por escrito.*
- 2. A falta de pacto escrito, se presumirá que los derechos de explotación han sido cedidos en exclusiva y con el alcance necesario para el ejercicio de la actividad habitual del empresario en el momento de la entrega de la obra realizada en virtud de dicha relación laboral.*
- 3. En ningún caso podrá el empresario utilizar la obra o disponer de ella para un sentido o fines diferentes de los que se derivan de lo establecido en los dos apartados anteriores.*

#3.2 El contrato de edición: encargo y publicación

Hay tres tipos de contratos de edición, el de encargo, el de publicación y el de colaboración.

El de colaboración mantiene los derechos de explotación en el autor.

El de encargo consiste en la petición de la creación de una obra para su publicación. Los derechos se entiende que se ceden a la editorial. Supone crear la obra para publicarla.

El de publicación consiste en la publicación de una obra preexistente. Los derechos los mantiene el autor quien cede aquellos que son necesarios.

No nos conviene firmar contratos de encargo cuando lo que vamos a publicar son fotografías previamente realizadas.

#3.3 La obra fruto de varios autores

Hay tres tipos de obras que pueden realizarse por varios autores. Son la obra en colaboración, la obra colectiva y la obra compuesta.

- 1. La obra en colaboración es el fruto de varios autores. Cada parte puede actuar independientemente por lo que puede adjudicarse a cada uno la parte que realizó. Los derechos de la obra en colaboración pertenecen a todos los autores.*
- 2. La obra colectiva es la fusión de obras de varios autores que se manifiesta en una obra única de la que no se puede identificar cada aportación. Los derechos de la obra colectiva pertenecen al editor o recopilador.*
- 3. Obra compuesta es la que se crea a partir de obras preexistentes.*

Debemos cuidar que los contratos de edición no pretendan crear obra colectiva, porque de ser así perderíamos todos nuestros derechos ya que éstos se consideran que son del editor. Esta es una triquiñuela que aparece en algunos contratos editoriales y de la que debemos huir. Debemos insistir en que el contrato sea “de colaboración” no de “obra colectiva”.

Además, debemos vigilar que en las primeras fases de conversaciones con una editorial no firmemos ningún “contrato” confundiéndolo con una “hoja de pedido” como las estandarizadas por la AFP.

#3.4 Revisión de los contratos

Hay dos maneras de contratar la cesión de los derechos, a tanto alzado o por participación en los beneficios.

Hay que evitar que en el contrato aparezcan frases que indiquen que los derechos se ceden “según marca la ley” porque la ley, lo que marca es toda la vida del autor más setenta años (artículo 26). Esta frase aparentemente inocente es un truco legal que pretende adquirir los derechos de explotación por tiempo ilimitado. En caso de que el cliente pretenda hacerse con los derechos por tiempo ilimitado la recomendación es establecer una cláusula mediante la que podamos revisar las condiciones al cabo de diez años.

La ley expresa (artículo 47) que cuando se hace una cesión a tanto alzado (se establece un precio por la cesión) y hay una gran desproporción entre los beneficios de la explotación y éste precio, puede realizarse una revisión de las condiciones a los diez años.

El contrato publicitario

4 Limitaciones de la actividad, derechos de imagen

#4.1 Fotografiar a otras personas

La sola realización de una fotografía puede suponer una infracción.

La ley de referencia para la fotografía de personas es la *Ley orgánica 1/1982 de 5 de mayo de Protección Civil del Derecho al Honor, a la intimidad Personal y Familiar y a la Propia Imagen*.

La ley no define nada que se denomine *derechos de imagen* pero si define las actividades que suponen una *"intromisión ilegítima"*. Artículo 7.5: *"Tendrán la consideración de intromisión ilegítima [...] la captación, reproducción o publicación por fotografía, filme o cualquier otro procedimiento de la imagen de una persona..."* -Lo que significa que la ley impide que pueda realizarse la fotografía de una persona sin su consentimiento expreso.

El derecho a la propia imagen tiene tres aspectos (no definidos por la ley)

1. La propia imagen es parte de la intimidad y puede reclamarse su protección (Por tanto derecho a la intimidad).
2. Controlar la asociación de nuestra imagen a situaciones o ideas que desmerecen (Por tanto, derecho al honor).
3. Control del uso comercial de nuestra imagen.

#4.2 Permisos

-Siempre hay que tener permiso de la persona fotografiada.

-Si la persona aparece posando no significa que nos haya dado permiso.

-Limitaciones del derecho: no necesitamos consentimiento de la persona para tomar la foto, reproducirla o publicarla en los casos expuestos en el artículo 8 de la Ley Orgánica 1/82, que dice:

-El derecho a la propia imagen no impedirá:

-La captación, reproducción o publicación por cualquier medio de la imagen de una persona cuando se trata de personas que ejerzan un cargo público o una profesión de proyección pública y la imagen se capte en un acto público o en un lugar abierto al público.

-La información gráfica sobre un suceso o acontecimiento público cuando la imagen de la persona aparezca como meramente accesoría.

-Las excepciones citadas sobre los permisos no se sirven para el uso comercial de las imágenes.

-¿Pero qué es "imagen comercial" e "imagen informativa"?

-Tampoco son válidas las excepciones en los casos de personas cuya profesión les exige el anonimato, como las fuerzas de seguridad.

-Y la duda ¿Por qué no podemos fotografiar músicos en un concierto?

-La reproducción sin autorización de la imagen tiene mayor gravedad que la toma sin permiso.

-El permiso para realizar la foto solo sirve para el hecho de realizarla, no para usarla. Hay que pedir dos permisos, uno para realizar y otro para usar.

-La responsabilidad del uso es de quien emplea la foto. El editor, no el fotógrafo.

-Pero:

1. La copia que damos a la editorial puede considerarse ya una reproducción, para la que no tenemos permiso (nos lo dieron para tomar la foto, no para reproducirla).
2. Normalmente el editor pide pruebas de que el fotógrafo tiene permiso para emplear la foto.

3. Pero el fotógrafo añadirá que debe ser el cliente quien, a la vista del uso concreto que pretenda hacer de la fotografía, se preocupe de obtener el pertinente consentimiento.
4. Por tanto el fotógrafo debe disponer de los datos de la persona fotografiada para poder recabar los permisos.
5. Si en el contrato de cesión añadimos una cláusula advirtiendo de que es el cliente quien debe solicitar el permiso y no facilitamos los datos de contacto de la persona fotografiada puede invalidarse esta cláusula por estar vacía de contenido.
6. Si la persona no es reconocible en el foto no hay intromisión legítima en su derecho de imagen.
7. La imagen de una persona no está formada solo por el rostro (Charlot el bombín).

#4.3 Modelos

-No serán de aplicación los incrementos correspondientes a los derechos de imagen establecidos por la Asociación de Agencias de Modelos de España (AME) cuando la modelo no sea reconocible.

-El Artículo 7.6 de la Ley Orgánica de Protección a la Propia Imagen establece que la intromisión ilegítima no se refiere solo a la imagen, sino también al hombre y la voz. Por ejemplo intentar que la figura fotografiada pase por otra persona (Emilio Aragón y las zapatillas).

-La autorización dada para un uso puede revocarse. Aunque indemnizando por los daños y perjuicios que puedan provocarse.

#4.4 Derecho al honor y a la intimidad

-El derecho al honor es, según el Tribunal Constitucional: "El derecho que toda persona tiene a su propia estima y a su buen nombre y reputación".

-Tiene dos aspectos:

1. Uno íntimo: la estima que uno tiene de sí mismo.
2. Otro externo: el reconocimiento que los demás tienen de nuestra personalidad.

-Lo que significa que si nuestras fotos cambian la consideración que los demás tienen de alguien estamos afectando a su derecho al honor.

#4.5 DERECHO A LA INTIMIDAD

-Es: "La facultad de excluir a los demás respecto del ámbito privado". Y la "Facultad de controlar la información referida a la propia persona". (Indemnización a una mujer por publicar fotos suyas con detalles de su enfermedad, que ella ignoraba).

#4.6 DERECHOS SOBRE COSAS

- "Derechos de terceros que pueden impedir, limitar o condicionar tanto el hecho de realizar una fotografía como su posterior utilización o explotación". (Curso de derechos de autor de la AFP).

-La Propiedad privada simple. Es la que tiene el propietario sobre las cosas que le pertenecen. Los casos más habituales son los museos y los edificios singulares.

- "Las obras situadas permanentemente en parques, calles, plazas y otras vías públicas pueden ser reproducidas, distribuidas y comunicadas libremente por medio de pinturas, dibujos, fotografía y procedimientos audiovisuales".

-¿Pueden hacerse fotos en un museo?

-El museo no es propietario ni autor de las obras que contiene. Estas son de dominio público. Por tanto no puede impedir ni condicionar el uso de fotografía de las obras de arte que le pertenecen.

-Si puede regular el acceso a sus instalaciones.

-Hay iniciativas llamadas a exigir una contra prestación por la explotación fotográfica de las obras de que son depositarios.-¿Puede fotografiarse un edificio?

- "La simple propiedad privada no supone un impedimento para la captación de una fotográfica de la imagen exterior de un edificio y para su posterior utilización" (Curso de derechos de autor de la AFP).

-Si puede poner obstáculos a la fotografía del interior, porque al ser una propiedad privada nos impone unas condiciones de acceso entre las que puede estar no realizar fotos.

#4.7 Propiedades especiales

-Además del derecho de propiedad simple (el que tiene el dueño de la cosa u objeto) están los derechos especiales que se caracterizan por el derecho a la exclusividad de la explotación del objeto.

-Son principalmente dos:

-La propiedad industrial.

-La propiedad intelectual.

-La fotografía de un objeto sujeto a derechos especiales supone, por tanto, un conflicto potencial con la exclusividad de la explotación.

Propiedad industrial

-Está formada por las patentes y las marcas.

-Patente: invención de nueva aplicación industrial.

-Marca: Signo que distingue en el mercado un producto o servicio.

-El titular de la marca no puede impedir el uso de la marca para una fotografía siempre que esa foto no afecte a la distinción del producto de otros similares.

-Una marca es un signo y podemos emplearlo en tanto no lo empleemos según en concepto de marca.

-Sin embargo hay que cuidar el uso de las fotografías en las que aparezcan marcas, especialmente el comercial en tanto puedan explotar la marca.

-Para evitar conflictos hay que hacerse dos preguntas:

-¿La aparición de la marca en una foto puede crear una confusión entre el "uso de la fotografía" y los productos del titular de la marca?

-";Hacemos un aprovechamiento directo o indirecto de su prestigio?"

-Hay dos aspectos relacionados que son:

-Quien decide si hay que pedir autorización para el uso de una fotografía en la que aparece una marca, al fotógrafo o al cliente?

-Si hay un conflicto por el uso de una fotografía en el que aparece una marca y el titular de la marca para el que no se ha solicitado un permiso ¿Quien es el responsable de no haberlo solicitado, el fotógrafo o el cliente?

-(A la segunda pregunta, para realizar la foto de una marca no hay que pedir permiso por lo que solo el cliente conoce el uso que se le va a dar, por lo tanto debería (debería) ser él quien pida el permiso).

Propiedad intelectual

-Los derechos de autor limitan los derechos de autor.

-Si queremos que se respeten nuestros derechos debemos respetar los de los demás autores.

-Al realizar una fotografía a otra fotografía estamos haciendo una reproducción (llamada impropia), y por tanto puede que no tengamos derecho a hacerla.

-Hay que tener en cuenta el "dominio público", que es en el que entra la obra una vez extinguidos sus derechos de autor. Podemos reproducir, transformar, distribuir y comunicar públicamente una obra en dominio público.

-Pero perduran los derechos morales del autor. Es decir, sigue siendo obligatorio citar su nombre.

#4.8 LIMITACIONES A LOS DERECHOS DE AUTOR

-Los límites a los derechos de autor son excepciones a los principios generales para la solicitud de autorización de utilización de obras ajenas.

-La excepción (límite) de un derecho implica que no hay que pedir permiso pero eso no significa que el uso que se haga sea además gratuito.

-Solo son excepciones los expuestos en la ley y no hay más.

-La interpretación de las limitaciones se interpretan siempre restrictivamente. Es decir, que se aplican a los casos expuestos en la ley, pero no a los similares.

A) REPRODUCCIÓN SIN AUTORIZACIÓN

Pueden reproducirse sin autorización:

-En caso de procedimientos judiciales y administrativos.

-Cuando se hagan para uso privado del copista.

-Para su uso por invidentes.

-Las condiciones para una reproducción sin autorización son dos:

-Que la obra haya sido previamente divulgada.

-Las excepciones se refieren solo a la reproducción y no a los demás derechos de explotación (transformación, comunicación pública, distribución).

-El uso para procedimientos judiciales y administrativos se fundamente en el interés general de la administración del a justicia, que es superior al de los derechos de autor.

-El derecho a la copia privada no significa que esta copia se realice gratuitamente.

-Los requisitos para la copia privada son:

-Que sea uso privado del copista.

-Que la copia *no* sea objeto de de utilización colectiva *ni* lucrativa.

-Colgar una foto en internet no está contemplado dentro de las excepciones. Porque internet ya supone un posible uso colectivo.

B) CITAS Y RESEÑAS

-El derecho de cita consiste en que podemos incluir un fragmento de una obra ajena dentro de una nuestra.

-Se fundamenta en el interés general del acceso a la cultura, centrado en la finalidad de enseñanza e investigación.

-Condiciones para la cita:

-La cita y reseña es gratuita.

-En caso de fotografías puede usarse la fotografía completa como cita.

-La inclusión de obras ajenas debe utilizarse para su "análisis, comentario o juicio crítico". La utilización de la obra ajena como cita solo puede usarse "con fines docentes o de investigación".

-Es obligatorio indicar la fuente.

C) TRABAJOS E INFORMACIONES DE ACTUALIDAD

- Esta excepción se fundamenta en el interés general del derecho al acceso a la información.
- No hay que solicitar autorización para la reproducción, distribución ni comunicación pública, para trabajos y artículos de actualidad difundidos en un medio de comunicación social.
- Esta excepción solo puede aplicarse cuando las fotos ya se hayan difundido en un medio de comunicación social.
- La excepción no se aplica a la transformación.
- La utilización **NO ES GRATUITA**.
- Los requisitos son:
 - Tienen que ser artículos y trabajos de actualidad.
 - Deben ser trabajos difundidos previamente.
 - Pueden ser utilizados en medios de comunicación diferentes al inicial.
 - Debe citarse el medio de procedencia y el autor.
 - Solo puede ejercerse la excepción si no se ha e constar la reserva de derechos.
- Utilización de obra con ocasión de información de actualidad.
 - Cuando la obra en que se reproduce no es la misma obra. Por ejemplo, un noticiario sobre una exposición. Una rueda de prensa sobre un estreno teatral del que hemos realizado el cartel y que aparece.

D) OBRAS SITUADAS EN LA VIA PUBLICA

- No está definido qué es "vía pública".
- El artículo 35 (citado anteriormente) define muy claramente que pueden fotografiarse obras situadas en la vía pública.
- Hay 3 requisitos:
 - La obra debe estar ubicada permanentemente en la vía pública.
 - La reproducción e realice por medio de pinturas, dibujos, fotografía y procedimientos audiovisuales.
 - Que se respeten los derechos de autor.

E) LIBRE REPRODUCCIÓN Y PRESTAMOS A DETERMINADAS INSTITUCIONES

- Fundamentada en derecho al acceso al a cultura.
- Requisitos:
 - Que la obra haya sido previamente divulgada.
 - Que se realice de forma gratuita.
 - Solo a través de algunas instituciones.
 - Que el objeto sea la investigación.

F) PARODIA

- Requisitos:
 - Que la obra parodiada esté divulgada.
 - Que no exista riesgo de confusión entre la obra original y la parodia.
 - Que no se infiera daño a la obra.
 - Que no se infiera daño al autor.