

CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA ECONOMICAS, A.C.



**¿DE QUIÉN SON LOS DERECHOS EN LA INDUSTRIA MUSICAL? ANÁLISIS DE  
LOS DERECHOS DE LOS MÚSICOS EN EL COPYRIGHT, EL DERECHO DE  
AUTOR Y LAS PLATAFORMAS DIGITALES**

TESINA  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN DERECHO

PRESENTA  
ROBERTO MUNGUÍA RAMOS

DIRECTORA DE LA TESINA: DRA. LUCERO IBARRA ROJAS

CIUDAD DE MÉXICO

2022

## AGRADECIMIENTOS

A mis papás y hermanas que siempre me han impulsado a mejorar y jamás rendirme.

A mis amigas y amigos que han estado para apoyarme.

A mis profesores y profesoras que no solo me enseñaron lo académico, sino la importancia del Derecho.

A mi Directora de Tesina por motivarme y guiarme en la realización de este trabajo.

Y a mi *yo* del pasado que, por más que parecía difícil, jamás se dio por vencido y por eso estoy aquí.

Los admiro demasiado. La esencia de cada uno de ustedes se puede ver reflejada en alguna parte de este trabajo.

Los abrazo con cariño a cada uno ¡miles de gracias!

## **RESUMEN**

En las relaciones codependientes, la actuación de todos los involucrados es importante; y la industria musical no es una excepción a estos. Por varias décadas ha existido una codependencia y asimetría entre dos de los sujetos más relevantes de esta industria: los cantautores y las compañías discográficas. Por una parte, sin alguien que componga la canción, los productores y editores no tendrían con que trabajar y, por la otra, los músicos que quieren ser escuchados por un mayor número de personas, posiblemente, no lo lograrían sin la representación y contactos de una disquera. No obstante, es común que para regular esto, se celebren contratos en los que se pactan una cesión de derechos, que dejan a los artistas sin la oportunidad de decidir sobre la comercialización de sus canciones. Es por esto, que este trabajo analiza esta situación por medio de diferentes casos y, a la vez, se estudian los derechos otorgados a ambas partes por los regímenes jurídicos del Copyright estadounidense y el de Derechos de Autor mexicano. Adicionalmente, se cuestiona si las plataformas digitales podrían llegar a ser un sustituto de las compañías discográficas y los derechos que estas reconocen. Para finalizar, el trabajo explica la razón de que por qué es importante permitir una restitución de los derechos cedidos y se presenta una propuesta de cómo hacerlo.

## INDICE

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO 1: LA INDUSTRIA MUSICAL Y EL <i>COPYRIGHT</i> (<i>TAYLOR'S VERSION</i>) .....</b>	<b>5</b>
1.1 <i>SWIFT; BIG MACHINE RECORDS; ITHACA HOLDINGS Y MUCHO MÁS.....</i>	8
1.2 <i>EL COPYRIGHT.....</i>	13
1.3 <i>TRANSMISIÓN DE LOS COPYRIGHTS.....</i>	17
1.4 <i>¡DERECHOS SÍ O SÍ, REFORMA A LA LEY NO!.....</i>	21
<b>CAPÍTULO 2: LA PROTECCIÓN NORMATIVA DE LOS DERECHOS DE AUTOR EN EL CONTEXTO MEXICANO + EL VETO DE NODAL .....</b>	<b>23</b>
2.1 <i>LOS DERECHOS DE AUTOR EN LA MÚSICA .....</i>	24
2.2 <i>EL PATRIMONIO TRANSMISIBLE DE LAS OBRAS MUSICALES.....</i>	26
2.3 <i>EL CONTRATO DE EDICIÓN DE OBRA MUSICAL, FUNCIONAMIENTO BAJO LA LEY ...</i>	30
<b>CAPITULO 3: “TU DESCUBRIMIENTO SEMANAL” - LA LLEGADA DE SPOTIFY COMO PLATAFORMAS <i>STREAMING</i> A LA INDUSTRIA MUSICAL.....</b>	<b>35</b>
3.1 <i>LAS PLATAFORMAS STREAMING .....</i>	36
3.2. <i>¿QUÉ ES SPOTIFY Y POR QUÉ SPOTIFY?.....</i>	39
3.3 <i>LAS REGLAS DE SPOTIFY .....</i>	43
3.3.A <i>TÉRMINOS Y CONDICIONES.....</i>	43
3.3.A.1. <i>TERMINOS Y CONDICIONES DE USO.....</i>	54
3.3.B. <i>DIRECTRICES DE LOS USUARIOS Y POLÍTICA DE COPYRIGHT.....</i>	55
3.4 <i>“TAKE IT OR LEAVE IT FORMAT” .....</i>	56
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>60</b>
<b>FUENTES CONSULTADAS .....</b>	<b>65</b>

# ¿DE QUIÉN SON LOS DERECHOS EN LA INDUSTRIA MUSICAL? ANÁLISIS DE LOS DERECHOS DE LOS MÚSICOS EN EL COPYRIGHT, EL DERECHO DE AUTOR Y LAS PLATAFORMAS DIGITALES

## INTRODUCCIÓN

“No creo que hasta que haya algún tipo de propietario benévolo que compre una gran compañía discográfica y diga: 'Sabes qué, voy a dejar estos derechos de autor de por vida y voy a devolver algo a los artistas'. Hasta que no se consiga eso, nunca se solucionará.”<sup>1</sup> Esto lo dijo Ed O’Brien, vocalista y guitarrista de la banda Radiohead y fundador de la Coalición Artistas Destacados en Reino Unido (FAC, por sus siglas en inglés) en una entrevista para el periódico *The Guardian UK* sobre la música *streaming*. El músico estaba haciendo referencia a que a pesar de que estos modelos de transmisión son eficientes siguen basados en los sistemas viejos de propiedad de los derechos de autor, los cuales son inequitativos. Además, su comentario refiere a que no se ha hecho nada por mejorar el balance y retribución de las ganancias entre artistas y sellos discográficos, y que mientras no se comprenda el problema con los derechos de autor, no habrá cambio.

Uno como público no se percata de lo que sucede detrás de la creación de una canción. La mayoría podría creer que después de la composición de una melodía (lo cual sin duda debe ser muy complejo y tardado) el proceso a seguir es únicamente la grabación del disco. Sin embargo, detrás de todo el proceso creativo y, para que el nuevo álbum de algún artista o banda como Radiohead o Justin Bieber llegue a los oídos de su audiencia, se celebraron algunos contratos.

En la industria musical el objetivo de los autores y ejecutantes de las obras es que su música llegue a ser conocida por una multitud de personas fuera de sus círculos cercanos. Para

---

<sup>1</sup> Lanre Bakare, “The music streaming debate: what the artists, songwriters and industry insiders say,” *The Guardian UK*, 10 de abril de 2021, <https://www.theguardian.com/music/2021/apr/10/music-streaming-debate-what-songwriter-artist-and-industry-insider-say-publication-parliamentary-report>.

lograr el objetivo, los músicos tienen que grabar álbumes por medio del apoyo de estudios discográficos. Para alcanzar esta meta, las personas que se dedican a la música frecuentemente firman contratos que, a cambio de los medios para difundir su música, ceden ciertos de sus derechos que les fueron concedidos por la creación de sus canciones. Esta cesión de derechos ha resultado problemática para algunos artistas, puesto que los ha limitado en diferentes ocasiones a que ellos puedan decidir por su propia cuenta qué hacer con el contenido que crearon, tal como fue el caso de la cantante estadounidense Taylor Swift y el conflicto que tuvo con la discografía Big Machine Records. En vista de que la cantante no podía tomar ninguna decisión sobre sus obras y la disquera vendió los derechos de sus canciones a una compañía de su desagrado, ella tuvo que recurrir a diferentes alternativas para recuperar los derechos de sus grabaciones. Éste y otros problemas no pasan desapercibidos de los ojos del Derecho. Al contrario, como cualquier relación entre personas, la intervención de las normas jurídicas es necesaria para el buen funcionamiento de las sociedades y el respeto mínimo de los derechos reconocidos dentro de estas, y aunque estos percances sobrepasen la jurisdicción de un Estado, siempre hay algún mecanismo que va a velar por las relaciones entre particulares.

Este trabajo tiene por objetivo analizar el sistema jurídico del copyright estadounidense y el régimen de derechos de autor del Estado mexicano para conocer los derechos que le reconocen a los autores y a las compañías discográficas. De lo anterior podrá determinarse bajo qué régimen jurídico es más conveniente celebrar sus contratos discográficos y qué debería fijarse dentro de los mismos para una relación más equitativa entre los artistas y las discográficas.

No obstante, el análisis requiere también de un acercamiento al estudio de los entornos digitales. Las plataformas de *streaming* son un ejemplo de nuevas tecnologías que han facilitado que los contenidos auditivos puedan ahora reproducirse por medio del mundo digital. Esto ha permitido que más personas tengan acceso a canciones de distintas épocas sin necesariamente tener que comprar los discos compactos (CD's) o vinilos en su formato físico. Lo anterior ha incentivado a los titulares de los derechos de los creadores de contenido musical a otorgar licencias directamente a plataformas de internet para que estas sean las intermediarias que transmitan su música al público y, finalmente, recibir ganancias de las reproducciones que se hacen en las plataformas, de las cuales el autor y la discográfica reciben un porcentaje.

Hay suposiciones de que esto permitirá a aquellos artistas que están amarrados a contratos con discografías a producir nuevas versiones de sus canciones pasadas, de tal manera que les confieran nuevos derechos y así poder otorgar licencias para que sus canciones estén disponibles en plataformas como *Spotify*. Esto luego les permitirá comercializar con ellas sin la intervención de la compañía discográfica, tal como lo hizo Swift en su intento de recuperar los derechos de sus composiciones. Este supuesto igual impulsa la teoría que las disqueras van a crear cláusulas en los contratos que les impidan a los artistas regrabar sus canciones para que así los autores estén impedidos de desviar las obligaciones estipuladas en el contrato y, en adición, para evitar futuras pérdidas pecuniarias. Por lo que es importante considerar si estos posibles actos son un problema para el mundo del entretenimiento desde una perspectiva jurídica. En particular, si los derechos de autor de los creadores musicales se verán afectados.

En este contexto, se vuelve particularmente relevante atender a la siguiente pregunta de investigación ¿cuáles son los balances de derechos, entre creadores y compañías distribuidoras, que se establecen en el copyright, el derecho mexicano, y los contratos derivados, y las plataformas de *streaming*? La hipótesis con la que se trabajó fue que en vista que las plataformas de *streaming* y el uso de otras tecnologías son una alternativa para los autores para no depender de las funciones de los sellos discográficos, los contratos discográficos deben contener cláusulas más flexibles de las que ponen actualmente y son requeridas por la ley para la restitución de los derechos cedidos.

Con el objetivo de atender a esta pregunta se realizó una investigación de carácter documental sobre las disposiciones jurídicas antes mencionadas y que tienen un impacto directo en el marco jurídico que regula la relación entre artistas y compañías distribuidoras en el sector musical. Es decir, se realizó una comparación entre las disposiciones del copyright que regulan los derechos pertinentes en Estados Unidos, país al que pertenecen las compañías que dominan el mercado de distribución de música a nivel mundial y los estudios de casos a los que se hace referencia a lo largo del trabajo, y las disposiciones del derecho de autor mexicano, por ser el país donde se realiza la presente tesina. Adicionalmente, se analizaron también las disposiciones de la principal plataforma de *streaming* en la industria de la música, que es Spotify, nuevamente con la intención de conocer los derechos que se otorgan en esta a quienes son las y los creadores de la música. Esta agenda de investigación es la que compone los siguientes capítulos que integran esta tesina; asimismo, cada capítulo parte de la presentación de casos clave que

permiten ilustrar las problemáticas que se generan entre músicos y distribuidores en los distintos contextos jurídicos analizados.



## CAPÍTULO 1: LA INDUSTRIA MUSICAL Y EL *COPYRIGHT (TAYLOR'S VERSION)*

“Artist are founders” — Kanye West

Normalmente, cuando una persona compone, escribe la letra de una melodía y luego la canta no está pensando en cuánto dinero la composición le va a generar. Por el contrario, los artistas suelen tener otros intereses, por ejemplo: en si la canción es original, si refleja lo que siente, que haya armonía entre los acordes y el tono de voz, que le gustaría que otras personas puedan escucharla, entre otras cosas más. Asimismo, en algunas ocasiones, cuando hay intenciones de elaborar un disco o un disco de corta duración<sup>2</sup> (*Extended Play*, el nombre que le ha concedido el medio), intervienen los productores musicales, que suelen ser los encargados de la grabación de éste, por lo que tiene funciones y responsabilidades creativas y administrativas. En particular, guían y supervisan el proceso de grabación, los arreglos instrumentales y vocales, manejan el presupuesto del disco, dirigen la creatividad del proyecto, toman decisiones con relación al disco, entre otras cosas. Dado esto, en algunas ocasiones suelen convertirse en autores o coautores de las obras musicales.<sup>3</sup> No obstante, su papel tiene una importancia técnica particular pues, a través del uso de tecnología, fijan la obra en soportes que hacen viable su distribución (ya sea física o digital).<sup>4</sup> Un artista puede escribir la canción e interpretarla, pero sin esta alianza, puede no tener los medios para, de hecho, grabarla y ponerla a disposición de un público por fuera de una interpretación en vivo. La mayoría de los productores musicales trabajan en sellos discográficos, aunque también hay productores independientes, que se encargan de hacer lo mismo que estas compañías. Las discográficas tienen, usualmente, por actividades principales la grabación, la comercialización y la

---

<sup>2</sup> Un disco de corta duración es un formato en el que se presentan pocas canciones, suelen ser de 5 a 7 canciones; no es tan largo como un álbum, pero no lo suficiente corto para una sola canción. Aunque, hoy en el formato que se presenta en las plataformas *streaming*, como Spotify o Apple Music se les conoce así a las publicaciones que tienen entre canciones que tienen en total una duración de 30 minutos, así como dentro de esta publicación hay canciones de alrededor de 10 minutos.

<sup>3</sup> Leo Leoni, productor e ingeniero en sonido en un artículo, en exclusiva para Industria Musical. Industriamusical, ¿Qué hace un Productor Musical?, *Industria Musical*, consultado el 16 de noviembre de 2021, <https://industriamusical.com/que-hace-un-productor-musical/>.

<sup>4</sup> Judith Vives, “¿Qué hace un productor musical?”, *La Vanguardia Junior Report*, 10 de septiembre de 2018, <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20180910/451722465568/produccion-musical-productor-exitos-musica.html>.

distribución de la música. Es decir, las discográficas son el medio para que el público conozca al artista.

Ahora bien, es necesario mencionar que las relaciones entre estos diferentes sujetos están regidas por contratos. En la mayoría de los casos, los contratos son redactados por la disquera y ya sólo el compositor o intérprete los firma. Aunque hay que precisar que, evidentemente, cada caso es distinto, así que los términos y condiciones, así como las obligaciones y derechos con cada autor cambian. En este mismo sentido, no está de más comentar que es costumbre que en estos contratos se fijen obligaciones como que el cantante o compositor grabará un determinado número de álbumes en colaboración con ellos, así como que la compañía será propietaria de las producciones de las canciones y que a cambio les otorgan un avance de las regalías que recibirán por las ganancias de las ventas. En principio, todo esto debería estar sujeto a los límites que establecen las normas jurídicas.

Las producciones o grabaciones que hacen los sellos discográficos de las canciones por medio de las tecnologías se les denominan *master recordings*. Hay dos maneras de entender este concepto. La primera, es la grabación original hecha en el estudio discográfico y que de ésta se harán las copias que serán vendidas. La segunda, consiste en identificar el master recording como la grabación de una sola canción. Los master recordings, hoy en día, se hacen en los discos duros de las computadoras, que permite que las grabaciones sean *multipistas*. Es decir, que el resultado pueda pasar por procesos de edición, mezcla y el balance de otros sonidos añadidos, para producir más de una canción considerada como nueva.<sup>5</sup> Los master recordings entran dentro de la categoría de fonogramas y, de acuerdo con la legislación estadounidense, los fonogramas son lo siguiente:

objetos materiales en los que los sonidos, distintos de los que acompañan a una película cinematográfica o una obra audiovisual, son fijados mediante cualquier método conocido o desarrollado con posterioridad, y a partir de los cuales los sonidos pueden ser percibidos, reproducidos, comunicados de otra manera, ya sea directamente o con la ayuda de una máquina o dispositivo. El término también objetos materiales en el que se fijan primero los sonidos.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Donald S. Passman, *All You Need to Know About the Music Business*, (Nueva York, Simon & Schuster, 2019), 154-155.

<sup>6</sup> 17 U.S.C. §101.

La definición que da la ley mexicana es más reducida,<sup>7</sup> pero ambas explican que por fonograma debe entenderse una fijación de diversos sonidos. En consecuencia, un master recording es un objeto material en la que están fijados diversos sonidos. Esto nos demuestra que para crear un master se requiere del uso de ciertas tecnologías a las cuales no todos tienen acceso por su propia cuenta, es por esto que, en ocasiones, aquellos interesados en grabar su música necesitan el apoyo de un sello discográfico o de un buen equipo de trabajo que le faciliten estos materiales.

Lo anterior se ha visto reflejado desde años pasados. Con la digitalización de la música, en específico con el surgimiento de distintos objetos que permitieron a las personas grabar canciones y luego contenerlas en pequeños instrumentos como los cassettes, los vinilos y después los discos compactos, así como con el desarrollo de dispositivos compatibles con los primeros, personas de diferentes partes del mundo pudieron reproducir series de canciones que eran de su agrado, sin necesariamente acudir a las estaciones de radio o a conciertos en vivo. Este movimiento llevó a que el mercado aumentara y cada vez más personas demandaran estos bienes, en consecuencia, los artistas tuvieron que buscar una manera de que su música estuviera al alcance de más personas y, por defecto, las compañías discográficas, que se encargaban de la grabación, tuvieron que crecer para satisfacer la demanda del mercado. Durante el auge de la venta de CD's, las disqueras alcanzaron un control sobre la industria, en particular sobre aquellos que sin su intervención no podrían operar: los compositores y cantantes.<sup>8</sup> Sin embargo, estos últimos tampoco podrían comercializar su música en masas sin la colaboración de dichas empresas. Por lo que surgió una relación de codependencia, donde el artista, debido a la necesidad de comercializar sus obras, quedó sujeto a los términos que la otra parte le ponía.

Actualmente, ha habido fuertes críticas hacia la desventajosa posición que existe entre los músicos y las compañías dentro de la industria. Un ejemplo concreto que muestra lo anterior es la reciente controversia entre la cantautora Taylor Swift y su anterior sello discográfico Big Machine Records después de que la empresa Ithaca Holdings Inc. la adquiriera.

---

<sup>7</sup> Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA), Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1995, últimas reformas DOF 01-07-2020. (Mex.), artículo 129.

<sup>8</sup> Glenton Davis, "When Copyright is Not Enough: Deconstructing Why, as the Modern Music Industry Takes, Musicians Continue to Make", *Chicago-Kent Journal of Intellectual Property*, 16, n. 373 (21 de junio de 2017), 374-376, <https://scholarship.kentlaw.iit.edu/ckjip/vol16/iss2/7>.

### 1.1 SWIFT; BIG MACHINE RECORDS; ITHACA HOLDINGS Y MUCHO MÁS....

Taylor Swift es una cantautora estadounidense de música *pop* y *country*, que desde su temprana edad tuvo interés por la música y el teatro. A sus 11 años empezó a tener gusto por el género *country*, pero el inicio de su carrera surgió hasta unos años después, cuando llamó la atención de productores musicales. Cuando Swift tenía 15 años, Scott Borchetta, director y fundador del sello discográfico Big Machine Records,<sup>9</sup> mostró interés por la cantante en un evento y le ofreció grabar su primer disco denominado bajo su nombre (*Taylor Swift*).

Su segundo álbum *Fearless* ofreció un toque de estilo *pop* sin perder el ritmo del *country* y, de hecho, fue la primera vez que la cantante entró a las listas de éxitos de la industria musical *Billboard*. De ahí en adelante, la cantautora compuso más canciones y sacó otros álbumes, los cuales poco a poco transicionaron a un estilo de música *pop*, lo que ha impulsado que la cantante tenga mayor popularidad y alcance a nivel mundial. Todos estos álbumes fueron sellados bajo la discográfica Big Machine Records, por lo cual esta compañía tenía el dominio de los masters hasta el 2019 cuando Scooter Braun (productor y socio de Ithaca Holdings LLC, así como representante de otros artistas reconocidos) compró los activos del sello discográfico, incluyendo los derechos de las canciones de Swift.<sup>10</sup>

Es información pública que entre el productor de Ithaca Holdings y Taylor Swift no existe una relación amigable.<sup>11</sup> Por lo que, cuando la cantautora se enteró de la venta de sus *masters*, hizo fuertes críticas hacia su anterior disquera y, en particular, sobre este productor. Esto último generó ciertas disputas entre ellos por medio de los diferentes medios de comunicación. Asimismo, cabe mencionar que, a pesar de esta situación, la cantante ha declarado que ella intentó comprar los masters con anterioridad a Big Machine Records, lo mismo con Ithaca Holdings, cuando Braun los adquirió. Sin embargo, de acuerdo con la autora, las condiciones no eran lo suficientemente favorables para que ella pudiera comprarlos, en sus palabras: “los masters records no estaban a la venta para mí.”<sup>12</sup> Esto impulsó a que Scooter

---

<sup>9</sup> Big Machine Records forma parte de Big Machine Label Group y es un sello discográfico estadounidense especializado en la música *country/pop*, cuya distribución es hecha por Universal Music Group.

<sup>10</sup> Michael Ray, “Taylor Swift”, *Britannica Singer-songwriters*,” *Britannica*, consultado el 6 de noviembre de 2021, <https://www.britannica.com/biography/Taylor-Swift>.

<sup>11</sup> Lisette Voytko, “Here’s Why Taylor Swift Hates Scooter Braun So Much,” *Forbes*, 1 de julio de 2019, <https://www.forbes.com/sites/lisettevoytko/2019/07/01/heres-why-taylor-swift-hates-scooter-braun-so-much/?sh=64a91f542084>.

Braun vendiera los derechos de los últimos 6 álbumes de la cantante a un fondo de inversión por el valor de 300 millones de dólares, sin antes consultarlo con ella. La compañía que los compró es Shamrock Holdings. Es necesario comentar que entre esta compañía y la cantante hubo intentos de negociaciones para colaborar juntos, aunque fueron fallidos, dado que Taylor Swift rechazaba que Scooter Braun e Ithaca Holdings continuaran teniendo beneficios de las reproducciones de las canciones.<sup>13</sup> En consecuencia de lo todo lo narrado hasta ahora, Swift hizo declaraciones en sus redes sociales, dirigidas en particular a sus seguidores, sobre su interés en recuperar los derechos de sus canciones y que, en vista que en su contrato no había ninguna cláusula que le impidiera la regrabación de estas, eso es lo que haría. Especificando, que esto lo haría porque consideraba que Scooter Braun no debería de tener ningún beneficio derivado de su trabajo.

Actualmente, la cantante ha estado regrabando sus canciones, empezando por su segundo disco Fearless. Estas regrabaciones le han generado nuevos derechos sobre éstas, lo que le permite poseer el dominio de estos últimos y así poder comercializar con ellos. Para diferenciar sus regrabaciones de los masters originales, la artista ha decidido agregar al nombre de la canción en paréntesis el prefijo “*Taylor’s Version*”, así los seguidores de ésta puedan diferenciar las canciones y reproduzcan la nueva versión. Hasta ahora la cantante ha logrado su objetivo de volver a posicionar sus canciones en las listas de éxitos, lo que trae efectos positivos. Aunque, es de reconocer que esto no hubiera sido posible sin el surgimiento de las plataformas como YouTube; Spotify; Apple Music; Pandora; entre otros servicio y tecnologías, que han generado posibles espacios y estrategias para que los artistas puedan editar y poner en disponibilidad su material para las audiencias sin que necesariamente haya una discografía como intermediaria.

Finalmente, de acuerdo con los medios de comunicación, este caso está impulsando un cambio en la industria musical. Por lo que han denominado a Taylor Swift como la revolución en la industria musical. Un ejemplo del impacto de este caso es que otra cantautora de música pop llamada Olivia Rodrigo manifestó en una entrevista que en el contrato que celebró con su

---

<sup>12</sup> Taylor Swift (@taylorswift13) Twitter, 16 de noviembre de 2020, 4:55 pm. <https://twitter.com/taylorswift13/status/1328471874318311425?t=CTESnCa5fwYkVcyVhPfx8g&s=19>.

<sup>13</sup> Taylor Swift (@taylorswift13) Twitter, 16 de noviembre de 2020, 4:55 pm. <https://twitter.com/taylorswift13/status/1328471874318311425?t=CTESnCa5fwYkVcyVhPfx8g&s=19>.

actual discográfica, habían estipulado que ella iba a quedarse con los derechos de sus masters inspirada en el caso de Taylor Swift.<sup>14</sup> En otras palabras, el caso está sirviendo de ejemplo para que otros artistas tomen acciones y busquen una mayor protección para sus derechos.

Hay otros casos dentro de la misma industria que muestran el mismo problema: el asimétrico posicionamiento de las discográficas sobre los artistas. Estos ejemplos igual han sido temas discutidos y conocidos por el público, sin embargo, las soluciones de todos estos han sido casuísticas; es decir, no han generado transformaciones jurídicas que sean un beneficio para toda la comunidad. Estos ejemplos son los casos de la icónica banda británica, The Beatles; uno de los reyes del pop, Prince; y el polémico rapero, Kanye West.

- THE BEATLES

Paul McCartney demandó a Sony Music Publishing por la titularidad de las canciones que escribió junto con los Beatles. En su demanda solicitaba al Tribunal de Distrito del estado de Nueva York que confirmará la propiedad de sus canciones, que había sido otorgada a su persona por el derecho estadounidense de *copyright*. McCartney pudo hacer esta reclamación debido a los cambios presentados en la ley de 1976 de *copyright*, que fija que después de un determinado paso de años —35 para ser exactos— los autores pueden recuperar el control de su trabajo. Al final, el británico retiró su demanda y, de acuerdo con los medios de comunicación, entre las partes lograron llegar a un acuerdo, que es confidencial, por lo que se desconoce el resultado.<sup>15</sup>

- PRINCE

Prince es uno de los iconos de la música moderna que más debate han generado dentro de la industria debido a su constante interés por proteger sus obras y acabar con las desigualdades que existen en este medio. Para el cantante, los artistas son los que deben controlar su destino y no una compañía discográfica, por lo que tuvo varios choques con Warner Bros (el sello con el que había grabado varios de sus álbumes). Al igual que en los casos ya mencionados, Prince

---

<sup>14</sup> Laura Snapes, “Olivia Rodrigo: ‘I’m a teenage girl. I feel heartbreak and longing really intensely’”, *The Guardian*, 7 de mayo de 2021, <https://www.theguardian.com/music/2021/may/07/olivia-rodrigo-im-a-teenage-girl-i-feel-heartbreak-and-longing-really-intensely>.

<sup>15</sup> Jonathan Stempel, “Paul McCartney settles with Sony/ATV over Beatles music rights”, *Reuters*, 30 de junio de 2017 <https://www.reuters.com/article/us-people-paulmccartney-idUSKBN19L2ET>.

quería recuperar los masters de sus canciones, por lo que en 1993 cambió su nombre a unas siglas impronunciables, que aparecieron hasta su álbum denominado “Love Symbol Album”, con la idea que de esta manera este álbum ya no entraría dentro de su contrato por ya no estar bajo su nombre “Prince”, como consecuencia, comenzó a identificarse como “el artista antes conocido como Prince”. En vista de que su plan fracasó, el cantante generó más polémica en público cuando escribió “esclavo” en su mejilla, lo cual afectó la reputación de Warnes Bros. En los siguientes años, debido a que la relación con Warner estaba dañada, contrató con diferentes disqueras, con las cuales pactó que él sería el titular de sus canciones. En 2014 el sello discográfico de Warner Bros decidió devolverle los masters que poseía con la condición de que celebraran otro acuerdo en el que Prince se comprometía a sacar dos álbumes por medio de ellos. En pocas palabras, el cantautor logró tener el dominio sobre todos sus álbumes antes de morir. Cabe resaltar que Prince siempre buscó impulsar que otros artistas realizaran actos similares, que les permitiera *ser seres libres dentro la industria musical*.<sup>16</sup>

- KANYE WEST

Finalmente, un tercer ejemplo son las acusaciones del rapero norteamericano Kanye West contra la industria musical. Por medio de su cuenta de la red social Twitter, el rapero manifestó su inconformidad con la industria, a la cual ha denominado como “esclavitud moderna”, lo cual es una fuerte acusación por toda la carga racial que esta frase puede contener. Dentro de los tweets que publicó el 16 de septiembre de 2020 expresó su apoyo a la idea de que los artistas deberían tener la titularidad de sus canciones y no las compañías, denunciando que las discográficas tienen todo el poder. Con esto, atacó a los sellos discográficos Sony y Universal, compañías que poseen los derechos de sus masters, exigiendo sus canciones de vuelta y subiendo fotografías de sus contratos con el fin de impulsar “contratos justos”.<sup>17</sup> En un giro inesperado dada la larga, y pública, historia de conflicto y ataques entre los dos artistas, West

---

<sup>16</sup> Melinda Newman, “Inside Prince’s Career-Long Battle to Master His Artistic Destiny”, *Billboard*, 28 de abril de 2016, <https://www.billboard.com/music/features/prince-battle-to-control-career-artist-rights-7348551/>.

<sup>17</sup> Maite Nieto, “Kanye West se declara ahora en guerra contra la industria de la música”, *El País*, 17 de septiembre de 2020, <https://elpais.com/gente/2020-09-17/kanye-west-se-declara-ahora-en-guerra-contra-la-industria-de-la-musica.html>.

mencionó en su cuenta de Twitter que iba, personalmente, a buscar que Taylor Swift recuperara sus masters, pues “Scooter es un amigo cercano.”<sup>18</sup>

De estos cuatro casos es observable que existe en el medio una inconformidad por parte de los compositores y ejecutantes de las obras hacia la pérdida del control de su trabajo, así como una fuerte crítica hacia el poder que tienen los sellos discográficos. Estas personas (los artistas) quedan sujetas a lo que una persona moral les ordene (la compañía discquera), todo porque, cuando iniciaba su carrera musical, firmaron un documento que contenía normas jurídicas que los obligaba a cumplir con determinados actos y les concedía derechos a la otra parte. Se debe notar que estos casos son ejemplos de artistas que cuando quisieron combatir la situación, ya tenían popularidad y experiencia dentro de la industria, por lo que es adecuado cuestionar ¿qué sucede cuando son músicos menos populares o que recién entraron al medio musical? ¿deben estos esperar hasta que tengan cierta popularidad y una condición económica estable para poder reclamar los derechos de sus masters? ¿es necesario llegar a una batalla legal para recuperar estos derechos? La realidad es que es incierto si la industria de la música vaya a cambiar para que aquellos artistas que firmaron contratos y que estén sujetos a cláusulas contractuales, puedan recuperar sus derechos o para que “nuevos” artistas estén en condiciones de negociar los términos de los contratos que firman. Al contrario, se puede suponer que, para evitar futuras pérdidas económicas, demandas pérdidas y evasión de obligaciones contractuales, las disqueras vayan a fijar cláusulas en sus contratos más limitantes,<sup>19</sup> como prohibir regrabaciones de las canciones.

Antes de continuar es necesario precisar que las canciones que el público escucha en los distintos medios (por ejemplo: la radio o sus dispositivos electrónicos) tienen dos distintas protecciones de derechos de autor. Por un lado, sobre la composición y letra, y por el otro lado, por la fijación de sonidos, que lo vuelven en un master. No obstante, un master puede tener diferentes versiones. Es decir, una canción puede fijarse con diversos sonidos y siempre ser distinta a otra, que es justamente lo que hizo Taylor Swift al regrabar sus canciones: crear una

---

<sup>18</sup> Ye (@kanyewest) Twitter, 18 de septiembre de 2020, 3:20 pm, [https://twitter.com/kanyewest/status/1307051810037927937?t=NdQK62HpS0UvEA\\_oHwYKmA&s=19](https://twitter.com/kanyewest/status/1307051810037927937?t=NdQK62HpS0UvEA_oHwYKmA&s=19).

<sup>19</sup> Glenton Davis, “When Copyright is Not Enough: Deconstructing Why, as the Modern Music Industry Takes, Musicians Continue to Make”, *Chicago-Kent Journal of Intellectual Property*, 16, n. 373 (21 de junio de 2017), 386-388, <https://scholarship.kentlaw.iit.edu/ckjip/vol16/iss2/7>.



nueva versión distinta a la que creó con la compañía y, esto, le generó nuevos derechos. Lo que, normalmente, hacen estas discografías para evitar estas nuevas versiones es pactar cláusulas de exclusividad o prohibirlas en sus contratos. En adición a lo anterior, resulta también necesario destacar que sí tiene varios beneficios para los artistas firmar con una disquera. Sobre todo, beneficios estratégicos, algunos de estos son, por ejemplo: recibir capital con anticipación a la grabación, recursos que los ayuden a desarrollarse en el medio, servicios de grabación, publicidad, la manufactura de los CD's y la contabilidad de los ingresos por los discos vendidos.<sup>20</sup> Hoy, incluso, podrían encargarse de las licencias para que las canciones se publiquen en algunas plataformas *streaming*. Cuando un artista está por entrar el mercado musical, es evidente que va a necesitar del apoyo de estos servicios, si su interés es poder llegar a competir con otros músicos con un continuo número de reproducciones. Claro, que siempre hay excepciones, pues igual hay otros factores que influyen en que una persona se dé a conocer en el medio y logre que su música sea conocida y escuchada por los usuarios. Sin embargo, para lograr una mejor producción y una publicidad necesitarán apoyo de expertos. Lo que vuelve a demostrar que sí existe una relación de codependencia entre la disquera y el autor. Por un lado, el artista requiere de la disquera para tener una entrada a la industria con mayor facilidad y, por el otro lado, la disquera depende de los artistas para poder operar.

Ahora bien, una vez dicho lo anterior es momento de discutir la protección normativa que el ordenamiento jurídico le da a estos sujetos y sus obras. En específico, el copyright estadounidense, debido a que los casos mencionados, sobre todo el conflicto de Taylor Swift, tienen jurisdicción en Estados Unidos de América.

## 1.2 EL COPYRIGHT

Para comenzar hay que determinar qué debe entenderse por copyright. En las tradiciones de derecho anglosajonas, la regulación del mercado de las obras artísticas se encuentra en la figura del *copyright*, el cual se establece sobre “obras originales de autoría fijadas en cualquier medio tangible de expresión, que sea conocido o desarrollado con posterioridad, desde el cual puedan ser percibidas, reproducidas o comunicadas de otra manera, ya sea de manera directa o

---

<sup>20</sup> Glenton Davis, “When Copyright is Not Enough: Deconstructing Why, as the Modern Music Industry Takes, Musicians Continue to Make”, *Chicago-Kent Journal of Intellectual Property*, 16, n. 373 (21 de junio de 2017), 386, <https://scholarship.kentlaw.iit.edu/ckjip/vol16/iss2/7>.

con la ayuda de una máquina o dispositivo.”<sup>21</sup> En otras palabras, para que una obra (que en el presente caso sería la canción y/o el fonograma) pueda estar protegida por la ley, es indispensable que cumpla con tres criterios: fijación, originalidad y expresión.

El primer criterio implica que la “creación pueda presentarse en alguna forma tangible u otro medio que la gente lo pueda percibir.”<sup>22</sup> En el caso de la música, por ejemplo, uno percibe la obra al ver en un “pedazo de papel las notas que permiten a un *performer* reproducirla.”<sup>23</sup> El segundo requisito, la originalidad pide que la creación sea producto de la mente de uno mismo, que no sea la recreación de una obra ya existente. La excepción a esto es que se trate de obras denominadas “obras derivadas” o “compilaciones”, que pueden ser acreedoras de derechos por sí mismas, pero se requiere del consentimiento del titular de la obra originaria. Por último, el tercer requisito es expresión, que significa que no puede ser una idea, sino que estas ideas tienen que estar exteriorizadas. Este último punto ha sido discutido de manera constante por la doctrina, que ha llevado a una determinada regla: “no habrá derechos de autor sobre ideas para prevenir que otras personas pongan la idea en práctica.”<sup>24</sup> Este último criterio es relevante dado que impulsa al autor de la creación a sí llevar a cabo su obra y no sólo quedarse en el mundo de las ideas. En adición a estos tres criterios, es necesario comentar que la ley tiene una protección amplia, puesto que protege distintas obras y entre éstas están las obras musicales.<sup>25</sup>

A continuación con lo expuesto hasta ahora, deben rescatarse algunas disposiciones relevantes de la norma jurídica para el buen entendimiento del copyright, que son los siguientes:

- Sin importar la nacionalidad del autor, la obra tendrá protección del copyright cuando ésta aún no está publicada. Por publicada debe entenderse que la obra fue copiada para la venta u otra transferencia de propiedad, como el alquiler, arrendamiento o préstamo.<sup>26</sup> Por el contrario, la obra que no está publicada es aquella que permanece es única en su especie. En el caso de una canción, ésta se fija en los CD’s o se sube a una plataforma

---

<sup>21</sup> 17 U.S.C. §102 (a).

<sup>22</sup> 17 U.S.C. §101.

<sup>23</sup> Cabe mencionar que igual las interpretaciones de las obras (i.e. cantar una canción y bailar en público) igual tiene que estar fijadas en audios o videos para que puedan tener protección por los derechos de autor, aunque claro para grabar en “en vivo” se requiere la autorización del autor y del interpretante (esto de acuerdo con §101 del 17<sup>th</sup> United States Code).

<sup>24</sup> William S. Strong, *The Copyright Book. A Practical Guide*, (Cambridge, The MIT Press, 2014), 2-16.

<sup>25</sup> 17 U.S.C. §102 (a)(2).

<sup>26</sup> United States Copyright Office, “Copyright Basics Circular 1”, 7, consultado el 23 de agosto de 2022, <https://www.copyright.gov/circs/circ01.pdf#page=3>.

digital para su reproducción, por lo que podría decirse que cuando el fonograma es replicado la obra está publicada. En relación con la protección, no hay mucha diferencia solo que la obra que haya sido publicada estará sujeta a más limitantes. Por ejemplo, sólo concederá los derechos, si para la fecha de la primera publicación, el autor es nacional o residente de los Estados Unidos o de cualquier Estado, que sea parte de un tratado del cual Estados Unidos igual es parte.<sup>27</sup> La Convención de Berna de 1886 ha sido firmada y ratificada por varios países, uno de ellos es México. Así que, dado que Estados Unidos también es parte de este tratado, los cantantes y compositores mexicanos que quieran recibir protección del copyright de los Estados Unidos, podrán hacerlo con obra publicada y sin publicar.

- La existencia de *las autorías conjuntas o joint authorships*, que “consiste en una obra hecha por dos o más autores con la intención que su contribución se funda en una unidad completa inseparable o en partes interdependientes.”<sup>28</sup> En la industria musical, este concepto se puede dar en diversas ocasiones: 1) cuando el compositor y el letrista son distintas personalidades y/o 2) cuando el compositor y el productor crean un solo master. Tener una obra en conjunto puede implicar ciertas dificultades, una de ellas ha sido que en ocasiones las partes no buscaban compartir la autoría de la obra. Como en los derechos de propiedad, cada parte posee una parte alícuota sobre la obra y esta parte no necesariamente es igual para todos; aunque la diferencia con el derecho de propiedad es que cada coautor, al tener derechos sobre toda la obra, puede ceder su parte alícuota sin consultar a los otros, aunque sí tendrá que rendir cuentas a los otros autores.<sup>29</sup> En términos jurídicos mexicanos, no existe un *derecho del tanto*.<sup>30</sup> Además, de que no puede haber interferencia por parte del Estado en estos derechos (no son expropiables) y si hay una venta o renta (cesión de derechos o licencia), ésta puede ser revocada por el titular o sus herederos.<sup>31</sup>

---

<sup>27</sup> 17 U.S.C §104.

<sup>28</sup> 17 U.S.C. §101.

<sup>29</sup> William S. Strong, *The Copyright Book. A Practical Guide*, (Cambridge, The MIT Press, 2014), 52-53.

<sup>30</sup> El derecho del tanto consiste en una facultad que tiene los propietarios de cosa indivisa para que, en caso de que uno de ellos quiera enajenar su parte alícuota respectiva a un tercero extraño, se les notifique por medio de notario o judicialmente a los otros copropietarios y tenga un período de 8 días para hacer uso de su derecho y poder comprar la parte ofrecida. Esto conforme al artículo 973 del Código Civil Federal de los Estados Unidos Mexicanos.

<sup>31</sup> William S. Strong, *The Copyright Book. A Practical Guide*, (Cambridge, The MIT Press, 2014), 77-78.

Adicionalmente, algunos especialistas en la materia, como William Strong, sostienen que, para que exista un *joint authorships*, tiene que haber una aportación expresa por cada uno de los contribuidores.<sup>32</sup> Esto quiere decir, que las ideas de una persona no pueden considerarse como una coautoría si no están expresadas de alguna forma material. Lo que remite al primer y tercer requisito para recibir protección del copyright, que fueron mencionados con anterioridad.

- La duración del copyright es la vida del autor más 70 años después de su muerte. Si se desconoce cuando muere el autor, entonces la ley prevé que, si a los 95 años después de su primera publicación o a los 120 después de la creación no hay registros sobre la vida del autor o sobre cuando murió, se presumirá que ha estado muerto por 70 años, para esto se tiene que solicitar a la Oficina de Copyright un reporte certificado que establezca que no tiene ninguna información sobre el individuo.
- Los titulares de los derechos de copyright tienen ciertos derechos exclusivos fijados por la ley. La sección 106 del Código 17 de Estados Unidos le reconoce a los propietarios de las obras el derecho a autorizar diferentes actos, que consisten en la reproducción, permitir la creación de obras derivadas, distribución, interpretación y transmisión de la obra.<sup>33</sup> Resulta esencial señalar que lo importante de estos derechos exclusivos es que, para que puedan realizarse alguno de los actos, se requiere la autorización del autor.

Dicho lo anterior, es posible comentar en relación con el caso de Taylor Swift y las discografías los siguientes puntos:

1. Para que las canciones de la cantautora estén protegidas por derechos de autor tienen que estar fijadas en algún instrumento tangible, ser originales y haber sido exteriorizadas.
2. Debido a que es estadounidense su obra está protegida por derechos desde su creación y después de su primera publicación.
3. Algunas de las canciones con las que ha colaborado con otros cantantes son coautorías, aunque igual podemos suponer que en algunos de sus contratos igual comparte los

---

<sup>32</sup> William S. Strong, *The Copyright Book. A Practical Guide*, (Cambridge, The MIT Press, 2014), 52.

<sup>33</sup> Son 6 derechos listados en la ley. Sin embargo, solo son estos 4 los que aplica las grabaciones de sonido, de acuerdo con la sección 114 (a) de la misma ley.

derechos de autor con la productora y el sello discográfico. Sin embargo, eso depende mucho del contrato.

4. Finalmente, que Swift al ser la autora de sus obras es la que debe autorizar la reproducción, distribución y transmisión de estas. Aunque como fue narrado al principio de este capítulo, ella aceptó que los derechos de sus canciones estuvieran bajo dominio de su ex disquera Big Machine Records. Como veremos a continuación, los derechos de copyright son frecuentemente transferidos para las actividades de las compañías disqueras.

### *1.3 TRANSMISIÓN DE LOS COPYRIGHTS*

Cabe aclarar que la finalidad del copyright es la explotación comercial de la obra, por lo que, de acuerdo con los principios de este sistema, los autores pueden autorizar la reproducción y distribución de sus obras de manera indefinida. En la práctica, una de las formas de hacerlo es por medio de una licencia que consiste en la transmisión de derechos de autor de manera limitada y sujeta a revocación. Además, las licencias pueden ser exclusivas o no exclusivas. Para que sean exclusivas, es conveniente que se acuerden de manera expresa y esto significa que únicamente esa persona (el licenciataria) tendrá los derechos concedidos en el tiempo y territorio determinado, por lo que el licenciante no podrá conceder esos mismos derechos a los otros.<sup>34</sup>

No obstante, la figura que es particularmente relevante para entender cómo las compañías disqueras acaban ejerciendo el copyright, es la cesión de derechos. La cesión de derechos es una transacción, en la que una persona le concede toda la propiedad de los derechos del copyright a otra.<sup>35</sup>

Uno podría pensar que una persona no cedería los derechos de su trabajo, sobre todo si lo van a explotar comercialmente, pues sería adecuado pactar al menos una compensación económica por el uso de su trabajo. A menos que su forma de pago sería la satisfacción personal de saber que su obra es comerciable. Como fue narrado al principio de este capítulo cuando un músico empieza a presentar su trabajo en diferentes medios (conciertos locales, plazas públicas, internet, etc.) y los sellos discográficos los escuchan y les interesa su música, estos últimos se

---

<sup>34</sup> William S. Strong, *The Copyright Book. A Practical Guide*, (Cambridge, The MIT Press, 2014), 78-80.

<sup>35</sup> William S. Strong, *The Copyright Book. A Practical Guide*, (Cambridge, The MIT Press, 2014), 78.

acercan los creadores o interpretantes de estas creaciones con ofertas atractivas de tal manera que los músicos decidan celebrar un contrato con ellos, con el fin de apoyarlos en su carrera musical. Este contrato se le conoce como *record deal* o contrato discográfico.

En el *record deal*, normalmente, se pactan los derechos exclusivos que tiene el autor sobre la obra: distribución, reproducción y exhibición. Aunque también se regulan otros elementos importantes como acuerdos de exclusividad y confidencialidad, el plazo, la producción, los formatos en los que se va a presentar el producto, licencias y sublicencias, derechos publicitarios, entre otras cosas.<sup>36</sup> Las compañías suelen ser muy específicas en señalar esto puntos, como se hará referencia a continuación. Como dato extra, es posible comentar que las compañías tienden a definir record como “cualquier tipo de entrega de interpretaciones de un autor para el uso del consumidor.”<sup>37</sup> De esta manera, queda lo suficiente vago para que la discográfica pueda adaptarse a las distintas formas en que se pueda vender el disco.

Estos contratos tienden a señalar que “todos los masters y grabaciones audiovisuales que se graban durante el plazo junto con otras obras y materiales de mercadotecnia serán exclusivamente del sello durante el tiempo que los derechos de autor estén vigentes.”<sup>38</sup> Para fines de mayor comprensión es necesario indicar que este contrato incluye tanto grabaciones solo-audio como audiovisuales, lo que implica que la discográfica no sólo puede ayudar en la grabación de los masters, sino también en videos. Es una práctica común que estos contratos lo firmen bajo la modalidad “*work made for hire*”, la que consiste en que la persona que crea la obra es empleada de la compañía y, por tanto, la obra fue realizada bajo encargo. Esto termina significando, que la obra es de la empresa que lo pidió.<sup>39</sup> Es decir, la obra pertenece al sello discográfico. Esta forma es el único supuesto que no concede a los autores el derecho de revocar una transmisión. Asimismo, en estos contratos tiende a señalarse que las grabaciones que no entren dentro “*work made for hire*”, entonces el titular está cediendo sus derechos de autor (o de propiedad) a la discografía. Con lo anterior, la empresa se protege incluso si se disputan los términos laborales en los que se desarrolló el trabajo.

---

<sup>36</sup> Kamal Moo, “What to look out for if you’ve been offered a record deal”, *Music Connection*, 24 de mayo de 2021, <https://www.musicconnection.com/what-to-look-out-for-if-youve-been-offered-a-record-deal/>.

<sup>37</sup> Donald S. Passman, *All You Need to Know About Music Business*, (Nueva York, Simon & Schuster, 2019), 153.

<sup>38</sup> Kamal Moo, “What to look out for if you’ve been offered a record deal”, *Music Connection*, 24 de mayo de 2021, <https://www.musicconnection.com/what-to-look-out-for-if-youve-been-offered-a-record-deal/>.

<sup>39</sup> William S. Strong, *The Copyright Book. A Practical Guide*, (Cambridge, The MIT Press, 2014), 78.

¿Cómo es posible saber si la autoría está dentro de los alcances de una relación laboral? Al respecto los precedentes estadounidenses presentan otra perspectiva de que debe entenderse por este término. Los tribunales han señalado, más allá de la naturaleza del trabajo; que la obra por encargo es la que está hecha dentro de los límites de tiempo y espacio autorizado por el empleador.<sup>40</sup> De hecho, el Quinto Circuito del Tribunal de Apelaciones en 1987, en el caso *Easter Seal Society For Crippled Children And Adults of Louisiana v. Playboy Enterprises*, resolvió que aunque “empleado” no significa sólo personas bajo una nómina, el término excluye contratistas independientes que estuvieron meramente sujetos a una dirección y control. Un “empleado” tiene que ser un empleado en estricto sentido o, por lo menos, alguien que se pueda considerar “agente” (a lo que hoy se le denomina gestor).<sup>41</sup> En realidad, el precedente ha dejado abierto cuándo determinar que una persona está empleada o es un gestor. Strong simplifica este problema suponiendo un caso en el que “Green” comisiona a “Brown” a crear un tipo de obra y no aplica bajo el supuesto de “work made for hire”. Para esto él hace la pregunta de si Brown le tiene que dar acceso a los códigos (en caso de que se tratará de un software) o a los archivos digitales a Green para el uso que vaya a darle. Para esto, este autor responde que no es un caso de copyright, si no que esto es de materia contractual o de un procedimiento de equidad. Sin embargo, esto puede ser problemático debido a que si se establecen restricciones a los derechos de autor y el caso se resuelve bajo equidad es fácil apelarlo debido a que la ley del copyright está en una posición superior sobre cualquier doctrina de derecho de equidad. Debido a lo anterior, William Strong señala que el conflicto es circular y, por eso, propone que, de preferencia, los acuerdos sean escritos y explícitos sobre la titularidad de los derechos de autor y las restricciones al uso.<sup>42</sup>

Entonces, la ley reconoce que si las partes fijan en el contrato que el trabajo estará en este tipo de condiciones, los derechos de autor le corresponde a la persona que solicita el encargo.<sup>43</sup> Por lo que, si el contrato ya fue celebrado en esos términos, la solución que les quedaría a los músicos es presentar su caso a un tribunal que pueda interpretar si su relación con

---

<sup>40</sup> William S. Strong, *The Copyright Book. A Practical Guide*, (Cambridge, The MIT Press, 2014), 54.

<sup>41</sup> 815 F.2d 323 (5<sup>th</sup> Cir. 1987).

<sup>42</sup> William S. Strong, *The Copyright Book. A Practical Guide*, (Cambridge, The MIT Press, 2014), 63-65.

<sup>43</sup> 17 U.S.C. §201(b).

la compañía en disputa se trata de un “work made for hire”. Aunque, posiblemente, el resultado no sea favorable debido a que hubo un acuerdo de voluntades con anterioridad.

En la actualidad se han generado lo que, en la industria musical, se conoce como los *360 deals*. En este tipo de contrato se dividen los ingresos entre la compañía y el artista. El razonamiento detrás de estos acuerdos es que, de acuerdo con las discográficas, no sólo son compañías de grabación, también se dedican a la creación de una *marca*; invierten para que un artista sea conocido. Por lo que, en los *360 deals* las empresas reciben una parte de las ganancias de los tours, de las composiciones, publicidad, fan clubs, patrocinios, entre otras cosas. De acuerdo con Donald Passman, las compañías adquieren entre el 10% a 25% del ingreso neto del artista por actos ajenos a la grabación, obviamente esto depende de cada compañía. También es cierto que los artistas buscan deducir la mayor cantidad de costos posibles antes de tener que pagarles a las compañías; pero las mismas empresas limitan estas deducciones por medio de la restricción de gastos, por ejemplo: suelen fijar una tasa a los ingresos brutos para el total de las comisiones que se le tiene que pagar a los representantes (i.e manager, agentes, abogados).<sup>44</sup> Esto significa que, a veces, los músicos están muy limitados en los gastos que pueden hacer. Cabe precisar que “la participación 360 de las compañías es generalmente un *interés pasivo*, lo que significa que no tiene control sobre los derechos involucrados.”<sup>45</sup> En principio, el autor puede celebrar acuerdos con quien quiera y sólo tiene que pagarle un porcentaje a la compañía. Aunque, en algunas ocasiones, las mismas compañías buscan tener una participación con intereses activos. Esto quiere decir, como señalan los expertos de la industria, que las compañías presionan al artista para que celebre algún contrato con alguna compañía, de las que ellos son dueños o en las que tienen activos. Otro ejemplo es que piden los derechos exclusividad en alguna área, como es la publicidad o la operación del *fan club* y venta de conciertos, así ellos pueden convenir con ciertas compañías en particular.<sup>46</sup>

---

<sup>44</sup> Donald S. Passman, *All You Need to Know About the Music Business*, (Nueva York, Simon & Schuster, 2019), 199-206.

<sup>45</sup> Donald S. Passman, *All You Need to Know About the Music Business*, (Nueva York, Simon & Schuster, 2019), 207-209.

<sup>46</sup> Donald S. Passman, *All You Need to Know About the Music Business*, (Nueva York, Simon & Schuster, 2019), 207-209.



#### *1.4 ¿DERECHOS SÍ O SÍ, REFORMA A LA LEY NO!*

El continuo debate dentro de la industria sobre si las discografías deberían retener los derechos de autor sobre los master recordings ha creado dos posturas contrapuestas. Desde una perspectiva se podría pensar que no deberían adquirir estos derechos, puesto que al final se les paga por los servicios y terminan ganando más de lo que invirtieron. Por otro lado, se podría argumentar que sí, dada las inversiones, préstamos y actividades que hacen para que una persona logre desarrollar su carrera musical y sea consumido por las audiencias, en pocas palabras, que el artista se los debe. Además, de la intervención que hace el productor para la creación de una obra final. Es claro que este debate no tiene una respuesta absoluta. Sin embargo, la realidad es que los artistas al celebrar estos contratos deben estar conscientes de los efectos e implicaciones que estos tienen a largo plazo. Aunque también es cierto que muchos de los reclamos que está habiendo dentro de la industria son sobre contratos que se celebraron hace algunos años, cuando todos estos individuos dependían de estas compañías para la publicación de su música. De este modo, podría parecer que el verdadero conflicto deriva de las relaciones entre los particulares, aunque, antes sería necesario descartar que no se deba por falta de regulación en el sistema jurídico.

En este mismo hilo de la discusión, algunos opinan que la misma la ley de copyright tiene los suficientes incentivos para que las personas sigan impulsando su creatividad y construyan más obras. Un ejemplo es que la ley permite a los autores reclamar sus derechos 35 años después de haberlos transmitido a un tercero.<sup>47</sup> En otras palabras, el sistema jurídico estadounidense sí prevé un mecanismo que vela por el regreso de los derechos copyright después de que el autor originario haya decidido transmitirlos. En una primera visión parece restrictivo que el artista tenga que esperar este periodo de tiempo para volver a tomar decisiones sobre las obras que él creó, tal como fue el caso de Paul McCartney con sus composiciones. Por lo que, algunos podrían considerar que modificar la ley resolvería el problema, pues la ley satisface las necesidades y da la protección necesaria. Otros, por el contrario, creen que no. El abogado especialista en esta materia William Patry considera que las leyes de copyright tienen propósitos valiosos, pero que estas normas se quedan atrás con los constantes cambios en los mercados y el surgimiento de nuevas tecnologías —dejan de ser efectivas—, por lo que opina que el objetivo

---

<sup>47</sup> 17 U.S.C. §203(a)(3).

de los representantes políticos no debe ser crear más derechos de copyright, si no centrarse en mecanismos que permitan el acceso en las formas que las personas interactúan entre ellas y las obras protegidas por los derechos de autor.<sup>48</sup> Es decir, impulsar nuevos modelos de negocios, que no impidan la creatividad. Al final del día, el fin del copyright es proteger las obras ya creadas y la finalidad del artista no siempre es buscar el éxito económico. La ley ya establece algunos límites necesarios para conceder esta protección, la diferenciación entre las partes (el artista y la compañía), como ya fue comentado, deriva de los acuerdos que celebran entre ellos, por lo que, resulta lógico considerar que lo fundamental para equilibrar la balanza entre estos es impulsar un cambio dentro de los contratos discográficos, tomando en consideración las demandas de mercado y las tecnologías. En los siguientes capítulos se analizará con mayor profundidad que podría mejorarse dentro de éstas para lograr un mayor posicionamiento en los derechos para los artistas, esto sin perjudicar el negocio de las disqueras.

---

<sup>48</sup> William Patry, “Why We Need to Fix Our Copyright Laws”, *How to Fix Copyright*, (Nueva York, Oxford University Press, 2011), 7-14.

## CAPÍTULO 2: LA PROTECCIÓN NORMATIVA DE LOS DERECHOS DE AUTOR EN EL CONTEXTO MEXICANO + EL VETO DE NODAL

“El mejor consejo es que llegue a un acuerdo con la compañía para evitar el veto”

— Felicia Garza sobre el veto a Christian Nodal

En noviembre de 2021 sucedió en territorio mexicano un conflicto similar al de Taylor Swift contra la productora de Scooter Braun. El cantante mexicano de música regional Christian Nodal fue vetado por Universal Music Group dado que hizo colaboraciones de canciones con otros artistas sin la *autorización* de la compañía.

En los primeros días de noviembre de 2021, la Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas y Videogramas (AMPROFON) emitió un escrito en el que señalaba que Universal Music Group había solicitado una orden de medidas precautorias en contra de productoras, cantantes y grupos que tienen interés de colaborar con Christian Nodal. En su comunicado, la AMPROFON invitaba a que las personas se abstuvieran de contratar, divulgar, fabricar, distribuir, comercializar, promover, explotar y/o vender con cualquiera otra disquera, así como realizar interpretaciones y ejecuciones de grabaciones sonoras con Nodal.<sup>49</sup> Después de este escándalo, el artista, por medio de su perfil en la red social Instagram, hizo un “video en vivo”, que luego publicó en su *feed*,<sup>50</sup> en el cual explicó el conflicto desde su perspectiva. En este video comenta que el veto es un rumor y que él tiene una orden por parte de una jueza de Distrito en la que se denegaban todas las órdenes que había solicitado Universal. Además, Nodal señala que no tiene ningún contrato vigente con la discografía, por lo que no hay veto y puede hacer las colaboraciones que quiera y con quién quiera.<sup>51</sup>

Como contexto, Christian Nodal es un artista que ha tomado fuerte popularidad en esta última década. Esto le ha permitido adquirir un reconocimiento global y, a la vez, llamar el interés de algunos artistas para hacer alguna colaboración con él. La banda sinaloense MS o la

---

<sup>49</sup> Agencia Reforma, “Christian Nodal podría ser vetado,” *Los Angeles Times Entretenimiento*, 6 de noviembre de 2021, <https://www.latimes.com/espanol/entretenimiento/articulo/2021-11-06/nodal-podria-ser-vetado>.

<sup>50</sup> Por *feed* hay que entender el perfil del usuario donde se pueden ver las publicaciones que ha subido a la red social por orden cronológico.

<sup>51</sup> Christian Nodal (@nodal), “#NodalLibre”, Instagram, 9 de noviembre de 2021, <https://www.instagram.com/p/CWE-cgNJqVv/>.

cantante Belinda son dos ejemplos de recientes colaboraciones que hizo y por las cuales Universal Music intentó poner un veto en su contra. En este mismo sentido, también se tiene que mencionar que Universal es una de las 3 compañías discográficas más grandes y con mayor influencia a nivel global, por lo que es debatible si este tipo de acciones por parte de la compañía sí puede resultar muy perjudicial para los artistas o si realmente está en todo su derecho de defender los derechos derivados de sus relaciones contractuales (se presenta este último punto como una invitación al lector a hacer una reflexión sobre la situación).

Del caso es posible señalar algunos aspectos relevantes para comprender el conflicto de Nodal. La primera es que entre Christian Nodal y Universal existía un contrato de exclusividad, que lo limitaba a poder grabar canciones con quien quisiese. La segunda, la compañía tiene los derechos de propiedad sobre las canciones que produjo con el cantautor y por eso puede decidir en donde se reproducen y, por último, demuestra que la asimétrica posición entre las compañías discográficas y los artistas no solo ocurre en Estados que están regulados por el *copyright* sino también en sistemas latinos donde la regulación se ajusta al derecho de autor, como es el caso mexicano.

El caso de Nodal, efectivamente, nos plantea los problemas de la legislación mexicana en la cual se enmarca la relación entre artistas y compañías disqueras, por lo anterior, a lo largo de este capítulo se analizará la protección a los derechos de autor desde el ordenamiento jurídico mexicano. En un principio se presentarán las bases y principios, así como la legislación nacional que, a su vez, se irá relacionado con el presente acontecimiento y los casos narrados en el capítulo previo (como si hubiesen ocurrido en México).

## 2.1 LOS DERECHOS DE AUTOR EN LA MÚSICA

Primeramente, es indispensable explicar que los sistemas jurídicos que siguen la tradición latina crean y distinguen dos tipos de derechos: los *morales* y los *patrimoniales*. Por sistema latino debe entenderse a *contrario sensu* que no adoptan el régimen del *copyright*. Esto quiere decir, que su fin primordial es proteger la figura e intereses del autor de la obra, mientras que en el *copyright* el objetivo primordial es la explotación de la creación.

La Convención de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas define al derecho moral como el “derecho que tiene el autor a reivindicar la paternidad de la obra y de oponerse a cualquier deformación, mutilación u otra modificación de la misma o a cualquier

atentado a la misma que cause perjuicio a su honor o a su reputación.”<sup>52</sup> Por su parte, la legislación mexicana establece, en primer lugar, que “el autor es el único, primigenio y perpetuo titular de los derechos morales sobre las obras de su creación”<sup>53</sup> y, en segundo, que estos derechos “se consideran unidos al autor y son inalienables, imprescriptibles, irrenunciables e inembargables.”<sup>54</sup> Así que, de lo anterior, es posible resumir que los derechos morales son una atribución que la norma jurídica le da al autor para que se le identifique con su obra y ésta no pueda ser alterada sin su consentimiento.

Asimismo, cabe mencionar que, de acuerdo con la Ley Federal de Derechos de Autor, las implicaciones de ser titular de los derechos morales son las siguientes:

1. Poder determinar si la obra será divulgada y en qué forma o si desea mantenerla inédita.
2. Poder exigir el reconocimiento de calidad de autor respecto a la obra creada y disponer que la divulgación se efectúe como obra anónima o seudónima.
3. Exigir el respeto a la obra, poder oponerse a cualquier deformación, mutilación u otra modificación de ella, así como a toda acción o atentado a la misma que cause demérito de ella o perjuicio a la reputación del autor.
4. Poder modificar la obra
5. Retirarla del comercio, si así lo desean
6. Oponerse a que se le atribuya a una persona una obra que no es de su creación.<sup>55</sup>

En el caso concreto, a pesar de que alguna compañía —como Ithaca Holdings, Universal o Sony —retenga los derechos patrimoniales de las canciones de los cantautores, la autoría de la canción se les sigue atribuyendo a su creador original (Taylor Swift, Paul McCartney, Prince, Kanye West, Christian Nodal, otros más). Además, bajo este régimen, aunque en el contrato se estipulara que todos los derechos de las canciones serían cedidos a la compañía discográfica, los relacionados con los derechos morales son inalienables e irrenunciables, por lo que su

---

<sup>52</sup> Convención de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas, artículo 6 bis, 28 de septiembre de 1979, TRT/BERNA/001.

<sup>53</sup> Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA], Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1996, últimas reformas DOF 01-07-2020 (Mex.), Artículo 18.

<sup>54</sup> Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA], Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1996, últimas reformas DOF 01-07-2020 (Mex.), Artículo 19.

<sup>55</sup> Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA], Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1996, últimas reformas DOF 01-07-2020 (Mex.), Artículo 21.

transmisión es imposible —salvo que el autor fallezca y el derecho a defender los derechos morales son transmitidos a los herederos o al Estado, en caso de que no haya herederos—. <sup>56</sup>

Ahora, hay casos como el de Taylor Swift y Christian Nodal, en los que ellos escribieron la letra y también hicieron la composición de su canción; por lo que la autoría de las piezas musicales les correspondería únicamente a ellos (sólo a una persona). No obstante, en la presuposición en que una persona escribe la letra de la canción y otro compone la música, existiría una coautoría, que, a menos que se haya pactado lo contrario, los derechos pertenecerían por partes iguales a ambas partes. <sup>57</sup> De esta manera, de acuerdo con la Ley Federal de Derechos de Autor, si alguno de ellos desea ejercer sus derechos sobre su parte, está obligado a dar aviso de forma indudable al otro coautor. <sup>58</sup> En otras palabras, para la cesión de los derechos patrimoniales, la parte que desea ceder su derecho debe avisar al coautor antes de transmitirlo, lo que en materia civil se le conoce como *derecho del tanto*.

No obstante, es claro que una canción está compuesta por diferentes elementos: una parte literaria, que consiste en la narración de una historia <sup>59</sup> y la aportación musical, que complementa a la letra. Sin embargo, hoy en día, la elaboración de canciones tiene más implicaciones a lo mencionado hasta ahora. Como se había descrito en el capítulo anterior, la obra musical necesita estar fijada en algún objeto material (aparte de cumplir con los requisitos de originalidad y ser una idea exteriorizada) y, además, si es de interés del autor que sea reproducida por las audiencias, entonces se requiere de promoción. Por lo que, a parte de la intervención de un autor y un compositor, <sup>60</sup> participan otros sujetos como los editores y productores.

## 2.2 EL PATRIMONIO TRANSMISIBLE DE LAS OBRAS MUSICALES

La ley reconoce como *derechos conexos* a aquellos que tienen personas con funciones específicas en relación con la realización y comercialización de las obras, sin ser propiamente los autores. Por una parte, en términos coloquiales, los editores son aquellos expertos que por

---

<sup>56</sup> Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA], Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1996, últimas reformas DOF 01-07-2020 (Mex.), Artículo 21.

<sup>57</sup> Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA], Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1996, últimas reformas DOF 01-07-2020 (Mex.), Artículo 81.

<sup>58</sup> Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA], Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1996, últimas reformas DOF 01-07-2020 (Mex.), Artículo 81.

<sup>59</sup> En la mayoría de sus veces, hay ocasiones en las que no siempre hay una narración.

<sup>60</sup> Entendiendo a autor como la persona que escribe la letra y al compositor como el creador de la melodía.

su experiencia en la materia hacen arreglos y perfeccionan la canción, además, analizan si la creación musical será del agrado del público. En la práctica este individuo es el cesionario de los derechos patrimoniales de la obra musical. Es decir, por medio de algún contrato el autor originario le concede la titularidad de sus derechos al editor, tal como lo hicieron todos los artistas que han sido utilizados como ejemplos hasta ahora. Por otra parte, el productor o también productor fonográfico “realiza todo un proceso intelectual, artístico y técnico para la elaboración del fonograma”.<sup>61</sup> En palabras técnicas, el productor es “la persona física o moral que fija por primera vez los sonidos de una interpretación o ejecución u otros sonidos o la representación digital de los mismos y es responsable de la edición, reproducción y publicación de fonogramas.”<sup>62</sup> Por lo general, los productores también forman parte del equipo de la compañía. Aunque cabe mencionar que, en algunas ocasiones —como se pudo analizar en el capítulo anterior— el editor termina siendo parte de la compañía discográfica y, por tanto, el editor es el mismo sujeto que el productor.

Estas personas, amparándose en las necesidades de sus funciones, suelen adquirir los derechos patrimoniales. La Ley reconoce al autor la facultad de explotar de manera *exclusiva* sus obras o a que decida *quién* podrá explotarlas, aunque el limitante a esta facultad es que no puede menoscabar la titularidad de los derechos morales.<sup>63</sup> El derecho patrimonial también concede el goce de percibir una regalía por la comunicación o transmisión pública de la obra por cualquier medio, además, que cabe precisar que recibir esta aportación pecuniaria es un derecho irrenunciable,<sup>64</sup> por lo que a pesar de ya haber cedido la explotación de la obra, el nuevo titular debe otorgar las regalías correspondientes al autor. También es clave señalar que los derechos patrimoniales estarán vigentes durante la vida del autor y, a partir de su muerte, cien años más; cuando concluye este plazo la obra pasa a ser del dominio público, lo que significa

---

<sup>61</sup> Efrén Huerta Rodríguez, “Fonograma, continente de talento y derechos”, en Derecho de la Propiedad Intelectual, coord. Gabriel Larrea Richerand y Ricardo E. Larrea Soltero (México: Porrúa, 2012), 329-333.

<sup>62</sup> Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA], Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1996, últimas reformas DOF 01-07-2020 (Mex.), Artículo 131.

<sup>63</sup> Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA], Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1996, últimas reformas DOF 01-07-2020 (Mex.), Artículo 24.

<sup>64</sup> COMUNICACIÓN PÚBLICA DE OBRAS. EL AUTOR DE UNA OBRA TIENE DERECHO A PERCIBIR LA REGALÍA QUE CORRESPONDA POR TODO ACTO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA MISMA. Primera Sala de la Suprema Corte de Justicia [SCJN], Gaceta del Semanario Judicial de la Federación, Décima Época, Tomo IV, Agosto de 2014, Tesis 1a. XII/2020 (10a.), página 3043.

que cualquier persona puede hacer uso de ella sin tener que pagar una contraprestación al titular de los derechos.<sup>65</sup>

En relación con los efectos de los derechos patrimoniales, estos consisten en que el titular de estos podrá autorizar o prohibir lo siguiente:

1. La reproducción, publicación, edición o fijación material de una obra en copias o ejemplares.
2. La comunicación pública de la obra. De qué manera podrá presentarse o exhibirse la obra, por ejemplo: si la canción será escuchada por primera vez en una estación de radio, en una plataforma de internet, en un concierto en vivo, entre otras modalidades.
3. La transmisión pública o radiodifusión de sus obras, que incluye la transmisión o retransmisión de las obras por:
  - a. Cable
  - b. Fibra óptica
  - c. Microondas
  - d. Vía satélite
  - e. Cualquier otro medio conocido o por conocerse.
4. La distribución de la obra, incluyendo la venta u otras formas de transmisión de la propiedad de los soportes materiales que la contengan, así como cualquier forma de transmisión de uso o explotación.
5. La importación al territorio nacional de copias de la obra hechas sin su autorización
6. La divulgación de obras derivadas, en cualquiera de sus modalidades.
7. Cualquier utilización pública de la obra salvo en los casos expresamente establecidos en la Ley.<sup>66</sup>

Dado esto, es posible comentar que cuando un músico crea una canción tiene el derecho que se le reconozca como autor de esa composición y, adicionalmente, tiene derecho a decidir

---

<sup>65</sup> Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA], Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1996, últimas reformas DOF 01-07-2020 (Mex.), Artículo 29.

<sup>66</sup> Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA], Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1996, últimas reformas DOF 01-07-2020 (Mex.), Artículo 27.



de qué manera se podrá explotar su obra (cómo se va a reproducir, en dónde, si se va a comercializar, entre otras cosas).

Ahora, los derechos patrimoniales sí son transmisibles, por lo que la cesión de derechos versa sobre este tipo de derechos. No obstante, la ley fija algunas excepciones a la transmisión, como que son nulas las transmisiones de obras futuras que no estén determinadas con anticipación; no se puede pactar la creación de una obra futura.<sup>67</sup> Otro limitante es que “el derecho de autor no está ligado a la propiedad del objeto material en el que la obra esté incorporada,”<sup>68</sup> y vice versa la enajenación del objeto no implica la transmisión de los derechos patrimoniales. Por lo que un compositor puede vender una de sus obras, pero esto no significa que la venta ya le conceda la titularidad de los derechos patrimoniales al adquirente. Por ejemplo, cada que una persona compra un CD de uno de sus músicos favoritos adquiere únicamente la titularidad del objeto (el CD) y no sobre los derechos del titular de las canciones. Es decir, aquella persona no estaría legitimada para poder decidir sobre la forma en las canciones, que están fijadas en el CD que compró, deben de reproducirse y transmitirse en los distintos medios de transmisión.

De igual manera, las transmisiones son onerosas y temporales; el monto lo fija las partes y en ausencia de un acuerdo, lo determinan los tribunales competentes.<sup>69</sup> También este tipo de contratos debe constar por escrito y deben de inscribirse en el Registro Público del Derecho de Autor para que surtan efectos contra terceros.<sup>70</sup> Toda transmisión debe prever en favor del autor o del titular del derecho patrimonial una participación proporcional en los ingresos de la explotación de que se trate, o una remuneración fija y determinada.<sup>71</sup> Finalmente, si no se fijó un plazo, la transmisión tiene una duración de 5 años y podrán pactarse solo 15 años cuando la naturaleza de la obra o la magnitud de la inversión requerida así lo justifique.<sup>72</sup>

---

<sup>67</sup> Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA], Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1996, últimas reformas DOF 01-07-2020 (Mex.), Artículo 34.

<sup>68</sup> Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA], Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1996, últimas reformas DOF 01-07-2020 (Mex.), Artículo 38.

<sup>69</sup> Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA], Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1996, últimas reformas DOF 01-07-2020 (Mex.), Artículo 30.

<sup>70</sup> Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA], Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1996, últimas reformas DOF 01-07-2020 (Mex.), Artículos 30 y 32.

<sup>71</sup> Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA], Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1996, últimas reformas DOF 01-07-2020 (Mex.), Artículo 31.

<sup>72</sup> Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA], Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1996, últimas reformas DOF 01-07-2020 (Mex.), Artículo 33.

De lo anterior, es posible destacar que bajo el régimen jurídico mexicano existe protección hacia los derechos del autor y del adquirente del aspecto patrimonial de estos derechos. Con los derechos patrimoniales se busca monetizar el trabajo de una persona, hacerlo oponible contra terceros y que el autor pueda en cualquier momento poner a disposición de otra persona la explotación de su obra. Sin embargo, queda abierta la pregunta de qué pasa si algún artista, como fue el caso de Prince, quiere terminar con anticipación esa transmisión. Con lo que se ha mencionado hasta ahora, el artista podría unilateralmente quitar la obra del comercio, por medio de sus derechos morales (artículo 21, fracción V), pero, probablemente, esto es un conflicto que terminaría en un litigio por incumplimiento del contrato, así como por daños y perjuicios o en el pago de una pena convencional, si es que fue estipulada en el contrato. En otras palabras, una decisión no favorable para ninguna de las partes y, por tanto, no es recomendable. Además, esto también implicaría que la obra tendría que quedarse fuera del comercio y el artista tampoco podría comercializar con ella. Lo que resultaría en que el público nunca más podría escuchar la canción.

### *2.3 EL CONTRATO DE EDICIÓN DE OBRA MUSICAL, funcionamiento bajo la ley*

En adición a lo anterior, cabe recalcar que la misma ley prevé el contrato de edición de obra musical, el cual describe de la siguiente manera:

Aquél por el que el autor o el titular del derecho patrimonial, en su caso, cede al editor el derecho de reproducción y lo faculta para realizar la fijación y reproducción fonomecánica de la obra, su sincronización audiovisual, comunicación pública, traducción, arreglo o adaptación y cualquier otra forma de explotación que se encuentre prevista en el contrato; y el editor se obliga por su parte, a divulgar la obra por todos los medios a su alcance, recibiendo como contraprestación una participación en los beneficios económicos que se obtengan por la explotación de la obra, según los términos pactados.<sup>73</sup>

Con base en esta definición, es posible confirmar algunos de los aspectos que se han mencionado hasta ahora que operan en las relaciones contractuales entre las disqueras y el artista. El primero es que existe una cesión de derecho con determinadas facultades (el derecho de reproducción), que lo permite decidir sobre la obra y su explotación; el segundo que el cesionario tiene la

---

<sup>73</sup> Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA], Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1996, últimas reformas DOF 01-07-2020 (Mex.), Artículo 58.

obligación de hacer que la canción se escuche; y el tercero, que a cambio recibe una contraprestación por su servicio.

En relación con estos contratos, hay que aludir al último capítulo de la Ley de Derechos de Autor aplicable al presente tema: *Capítulo IV De los Productores de Fonogramas*. A parte de los derechos y obligaciones que pacten las partes y las que se han mencionado hasta ahora, los productores de fonogramas tienen derecho de autorizar o prohibir algunas de las siguientes conductas:

1. La reproducción directa o indirecta, total o parcial de sus fonogramas, así como la explotación directa o indirecta de los mismos
2. La importación de copias del fonograma hechas sin la autorización del productor;
3. La distribución pública del original y de cada ejemplar del fonograma mediante venta o cualquier otra forma de alcance general;
4. La adaptación o transformación del fonograma;
5. El arrendamiento comercial del original o de una copia del fonograma, aún después de la venta del mismo, siempre y cuando no se lo hubieren reservado los autores o los titulares de los derechos patrimoniales;
6. La puesta a disposición del público del fonograma, de tal forma que los miembros del público puedan tener acceso a ellos desde el lugar y en el momento que cada uno de ellos elija, y
7. La comunicación pública de sus fonogramas.<sup>74</sup>

Esto último muestra que el productor de fonogramas adquiere derechos similares a los derechos patrimoniales que goza el autor. Sin embargo, y como se había señalado en el capítulo anterior, la fijación del fonograma es una obra distinta a la obra hecha por el compositor, por lo que en teoría se tienen dos obras distintas (la melodía con su letra y la fijación de la melodía). Sin embargo, en ocasiones ocurre que al ceder los derechos al editor y dado que el editor tiende a igual ser el productor o trabajar dentro de la productora de fonogramas, éste sujeto conserva ambos derechos y los opera como si los derechos de la canción fueran iguales a los del fonograma, aunque son distintos. Para comprender esto es necesario precisar que estos derechos reconocidos para el productor, la Ley les da el nombre de *derechos conexos*, que son una

---

<sup>74</sup> Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA], Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1996, últimas reformas DOF 01-07-2020 (Mex.), Artículo 131.

derivación de los primeros (reconocen la preexistencia de una obra) y están sujetos a que su interpretación jamás puede ser en menoscabo de los derechos de autor, por lo que no tienen el mismo alcance a los derechos que goza el titular de los patrimoniales y/o morales. La productora, si no adquiriera los derechos patrimoniales de las composiciones musicales, podría autorizar o impedir la reproducción de su fonograma, más no limitar la explotación de la letra y melodía de la canción original. Es por esto, que es más conveniente, en términos comerciales, que la disquera pacte cláusulas de exclusividad o le otorguen los derechos patrimoniales. Como dato adicional sobre los fonogramas, de acuerdo con la Ley, estos deben ostentar el símbolo *P* y el Número Internacional Normalizado que le corresponda (si aplica el caso), también lo tiene que acompañar el año en que se hizo la primera publicación.<sup>75</sup>

Adicionalmente, la ley pone como límite al editor que, respecto a la sincronización audiovisual, adaptación con fines publicitarios, traducción, arreglo o adaptación se requiere de la autorización expresa del autor para la ejecución de estos actos.<sup>76</sup> Lo que demuestra que si el editor no tiene la titularidad de los derechos patrimoniales de la obra, entonces requeriría de la autorización del autor para poder hacer publicidad, traducir o arreglar el fonograma. En el supuesto de que Ithaca Holdings no tuviera la titularidad de los derechos patrimoniales pero sí los conexos, Scooter Braun hubiera tenido que pedirle autorización a Taylor Swift para que la canción *Shake it off* fuera utilizada para publicidad. Asimismo, este mismo apartado de la ley, enlista algunas causales por las cuales el autor puede rescindir el contrato,<sup>77</sup> lo que nos demuestra que el sistema jurídico mexicano si prevé algunos supuestos que pueden permitir al artista recuperar sus derechos sin caer en un conflicto de responsabilidad contractual. En este sentido, el sistema latino sí concede mayor protección.

No obstante, aplicando el caso de Taylor Swift o The Beatles bajo este ordenamiento, y si se asume que la editora no ha cometido ninguno de los supuestos de rescisión, entonces ¿tendrían estos artistas que esperar hasta que terminará la temporalidad del contrato para recuperar sus derechos? Este mismo conflicto se vio reflejado con el copyright, por lo que cabe

---

<sup>75</sup> Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA], Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1996, últimas reformas DOF 01-07-2020 (Mex.), Artículo 132.

<sup>76</sup> Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA], Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1996, últimas reformas DOF 01-07-2020 (Mex.), Artículo 58.

<sup>77</sup> Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA], Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1996, últimas reformas DOF 01-07-2020 (Mex.), Artículo 59.

preguntarse si de verdad no hay algún mecanismo que les permita accionar para tener posesión sobre sus derechos después de que fueron cedidos.

Un último aspecto por considerar es lo que se mencionó en el capítulo previo respecto de que existe la posibilidad de que entre las partes celebren un contrato en el se pacté que el editor y/o productor comisionan al artista un determinado número de obras por un periodo de tiempo a cambio de una remuneración, por lo que el cantautor estaría obligado a entregar esas obras en el plazo determinado. A esta figura se le conoce como *obra por encargo*. De acuerdo con la Ley, las implicaciones de una obra por encargo son que la persona física o moral que solicitó la obra goza de la titularidad de los derechos patrimoniales, teniendo la única obligación de mencionar expresamente al autor como parte de la creación de la obra.<sup>78</sup> Adicionalmente, en el caso de las obras musicales, el autor tiene derecho a que se le paguen las regalías que se generen por la comunicación o transmisión pública de la obra.<sup>79</sup> En este sentido, si Christian Nodal tuviera un contrato en el que se hubiera estipulado un número de obras por encargo, sería similar a si hubiera cedidos sus derechos patrimoniales, pues no gozaría de su titularidad, pero mantendría los morales, por los cuales tiene derecho a recibir una remuneración y las regalías correspondientes por su explotación comercial.

El otro supuesto es que se haya celebrado un contrato escrito del que se pueda interpretar que existe una relación laboral entre las partes, lo que fue denominado en el capítulo anterior como “*work made for hire*”. Salvo se haya pactado lo contrario, la Ley presume que los derechos patrimoniales se dividen por partes iguales entre el empleador y empleado (en el presente caso, la productora y el cantautor). No obstante, cabe mencionar que en el supuesto de que no hubiera un contrato individual de trabajo por escrito, entonces los derechos patrimoniales le corresponden únicamente al artista.<sup>80</sup> En resumen, el régimen de Derechos de Autor protege al creador de la obra de potenciales disputas en las que se demande que la obra pertenece a la compañía; sin el documento que acredite la relación laboral difícilmente podría argumentarse que la obra es producto de una relación laboral.

---

<sup>78</sup> Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA], Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1996, últimas reformas DOF 01-07-2020 (Mex.), Artículo 83.

<sup>79</sup> Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA], Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1996, últimas reformas DOF 01-07-2020 (Mex.), Artículo 83 bis.

<sup>80</sup> Ley Federal de Derechos de Autor [LFDA], Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1996, últimas reformas DOF 01-07-2020 (Mex.), Artículo 84.

De lo anterior es posible rescatar que la Ley Federal de Derechos de Autor tiene normas suficientes para proteger los derechos morales de los autores, lo cual muestra que hay mayor resguardo al autor y su obra que a la explotación de esta última. No obstante, como se pudo analizar, esta salvaguarda no es lo suficiente para que las mentes maestras recuperen sus derechos patrimoniales y comercialicen su trabajo al mismo tiempo.

### CAPITULO 3: “TU DESCUBRIMIENTO SEMANAL” - LA LLEGADA DE SPOTIFY COMO PLATAFORMAS *STREAMING* A LA INDUSTRIA MUSICAL

“DS: Would you sign an artist that isn’t popular online?

SB: I signed Justin and Asher Roth when they weren’t popular online. [...] So the answer is absolutely because I did it with these two.”

— Scooter Braun en entrevista con Dan Schawbel para Forbes Magazine

La popularidad y fama de un artista no llega por sí sola, la mayoría de estos comenzaron su carrera musical componiendo y cantando para sí mismos y sus familiares y amigos, como es el caso de algunos de los cantautores que hemos mencionado en los capítulos previos. Ellos escribieron sus propias canciones y, poco a poco, fueron presentándolas en diferentes audiencias hasta que una persona, ya dentro de la industria musical, los invitó a colaborar con estudios de grabación. Pero esta ya no es la única manera de introducirse en el mundo de la música.

Hoy, los medios digitales se han convertido en un medio para que la música, el arte o demás temas de interés de algunas personas lleguen a desconocidos alrededor de todo el mundo sin que estos tengan que trasladarse físicamente. En el caso de Justin Bieber, su madre, desde una ciudad de Canadá, subía videos de él interpretando canciones de varios cantantes cuando el productor Scooter Braun (el enemigo número 1 de Taylor Swift, como fue mencionado en el capítulo 1) encontró una de estas grabaciones y buscó a la familia para ofrecerles que firmaran un contrato con la discografía en Estados Unidos. Billie Eilish, reciente ganadora del Premio *Grammy*, adquirió su fama a sus solo 13 años debido a que subió su canción *Ocean Eyes* a la plataforma *Soundcloud*,<sup>81</sup> la cual tuvo varias reproducciones y eso la motivó a hacer un video, que fue subido a *YouTube* y se volvió viral. Tanto Bieber como Eilish son dos evidencias que demuestran que, gracias a los medios digitales, ambos lograron adentrarse dentro de la industria musical y poco a poco ir desarrollando lo que hoy son sus carreras musicales.

Sin embargo, también hay que reconocer a aquellos artistas que se han mantenido independientes — no tienen un contrato prolongado con una disquera — y han logrado desarrollarse en el ámbito musical, por ejemplo, el dúo de hip pop Macklemore y Ryan Lewis.

---

<sup>81</sup> Soundcloud es una plataforma de audio y música, en la cual hay una interacción más directa artista-fans, pero la transmisión no está disponible en territorio mexicano.

A pesar de que, actualmente, el dúo ya está separado y cada uno ha seguido con sus propios proyectos, en su tiempo ambos produjeron su propio disco *The Heist*, el cual, de hecho, los llevo a posicionarse dentro de las listas *Billboard*, recibir el reconocimiento de *Hit Platino* y ganar 4 premios *Grammy*. En otras palabras, ser músico independiente significa que el creador del contenido musical realiza todo el procedimiento de la creación de la canción (composición hasta producción y edición) por sí solo sin apoyo de una compañía discográfica.

Sin embargo, lo que ocurre es que una vez que éste logra cierto reconocimiento o crece independientemente, estas empresas los buscan para celebrar algunos contratos con ellos. En el caso de estos dos artistas, en el tiempo que hicieron su disco, ellos no tenían un contrato con una discografía, estuvieron trabajando en conjunto en el álbum por un par de años para luego lanzarlo con apoyo de *Macklemore LLC* y la compañía distribuidora de música independiente *Alternative Distribution Alliance (ADA)*, que a pesar de ser propiedad de *Warner Music Group*, la alianza con ADA solo fue para que estos dos músicos pudieran reproducir la canción en una de las estaciones de radio que posee el sello discográfico. De ahí en adelante, rechazaron cualquier oferta que discografías les hicieran, pues su objetivo era mantenerse independientes y lograrlo por medio de redes como *YouTube*, que los permitiera mantenerse conectados, crear una identidad y, a la vez, su propia marca. El público empezó a considerarlos como “los chavos que rompieron las barreras para artistas de hip pop independientes en el futuro.”<sup>82</sup> Sin embargo, ¿es este caso una excepción o el inicio de una nueva era dentro de la industria musical en la que ya no se requerirá a una disquera?

### 3.1 LAS PLATAFORMAS STREAMING

A lo largo de la historia musical han existido distintas maneras de transmitir y compartir música, que han ido cambiando conforme al tiempo; en la misma era digital ha ocurrido esta transición a la que se está haciendo referencia y que incluso se podría decir que está marcando el día a día de las personas: los contenidos musicales que antes se distribuían por medio de los CD y los MP3, ahora se distribuyen por medio del internet y dispositivos electrónicos. Es

---

<sup>82</sup> Stop The Breaks, “How Macklemore Went Platinum As An Independent Hip-Hop Artist,” *Stop The Breaks Independent Grind*, consultado el 30 de abril de 2022, <https://www.stopthebreaks.com/independent-case-studies/how-macklemore-went-platinum-independent-hip-hop-artist/>.



impredecible que va a ocurrir el día de mañana, si músicos independientes como Macklemore podrán continuar promocionando su obra musical por medio del internet o tendrán que adaptarse a una nueva forma de hacerlo. Hasta ahora, hay que reconocer que la creatividad humana y la evolución de los medios digitales ha permitido la invención de herramientas para que usuarios del internet en todo el mundo tengan acceso a un contenido variado y, en su mayoría de casos, de manera gratuita.<sup>83</sup>

Estas herramientas reciben formalmente el nombre de *plataformas*. En términos técnicos, una plataforma es aquel instrumento dentro de una industria que sirve para completar sistemas dentro de un ecosistema. En el caso de las *plataformas digitales* se trata de espacios virtuales que almacenan información y la ponen a disposición de las personas, ya sea de manera gratuita o mediante un pago. Sin embargo, en la música estas van más allá de esta definición, a estas plataformas se les conoce como generativas, porque “están posibilitadas para permanecer incompletas, subespecificadas y abiertas a nuevos desarrollos mediante el incremento y la recombinación.”<sup>84</sup> Lo que, en palabras coloquiales, quiere decir que las herramientas utilizadas para la música están sujetas a cambios o transformaciones de las que las precedieron. En adición a este punto, las actuales plataformas en la industria musical tienen otras características destacables como que son dinámicas, intangibles, fáciles de usar.<sup>85</sup>

Otra singularidad y que, en realidad, es un elemento que ha permitido la diferenciación con otros medios previos de comunicación de la música, es que ahora todo está disponible en una aplicación en línea sin necesidad de tener que descargar las canciones, como se hacía con anterioridad en servicios como iTunes:<sup>86</sup> esto es lo que se conoce como *on-demand streaming*. Con *streaming* es posible pausar, saltar, rebobinar y crear listas de reproducción cuando uno quiera, pero no en el disco duro de nuestra computadora, sino solamente en medios virtuales.<sup>87</sup>

---

<sup>83</sup> Gratuita en términos que no pagan por el uso de estas herramientas.

<sup>84</sup> David Tilson, Sørensen y Lyytinen, Platform Complexity: Lessons from the Music Industry, 46<sup>th</sup> Hawaii International Conference on System Sciences, 2013, 4627.

<sup>85</sup> David Tilson, Sørensen y Lyytinen, Platform Complexity: Lessons from the Music Industry, 46<sup>th</sup> Hawaii International Conference on System Sciences, 2013, 4626-2634.

<sup>86</sup> iTunes es un servicio de música de la compañía Apple Inc., que permitía a los usuarios reproducir música desde sus ordenadores, pero para ello tenían que descargarla en su ordenador.

<sup>87</sup> Donald S. Passman, *All You Need to Know About the Music Business*, (Nueva York, Simon & Schuster, 2019), 200.

Con base a lo anterior, este trabajo propone que por plataforma *streaming* debe entenderse aquél instrumento en el que una persona puede reproducir música de manera virtual y que está sujeta a constantes cambios para el ofrecimiento de un servicio. Su practicidad es lo que las ha vuelto utilizables; cualquier persona que tenga acceso a una de estas, puede hoy buscar una canción sin necesidad de haber comprado todo el disco o haber descargado la canción que desea escuchar.

Cabe mencionar que, debido a que, hoy en día, la industria musical está caminando a la digitalización, lo que algunos individuos dedicados a la industria están haciendo es subir su contenido por medio de un intermediador —denominado *agregadora* o *distribuidora digital*— a las distintas plataformas *streaming*. Las agregadoras son este agente que, en vez de encargarse de la distribución de los discos, ahora distribuye la música en las tiendas de música digitales,<sup>88</sup> así como el manejo de la prestación y solicitud de licencias y las regalías que reciben los artistas por las reproducciones de sus canciones.<sup>89</sup> Este medio les facilita a los usuarios artistas a estar al día con su contenido, pues estos procuran la actualización del contenido musical de cada artista. Algunos expertos dentro de la industria incluso consideran a este intermediario como “parte del juego para que los músicos tengan mayor proyección”.<sup>90</sup> No obstante, cabe mencionar como dato adicional que las disqueras no utilizan estos intermediarios, ya que ellos cuentan con sus propios distribuidores, que les proporcionan servicios de publicación del contenido en los distintos medios. Por lo tanto, es posible pensar que esta herramienta es utilizada más por músicos independientes o aquellos que están empezando su carrera musical.

Hasta ahora se ha hablado de algunas plataformas en general; sin embargo, en este trabajo sólo se hará referencia a una en particular: *Spotify*. Spotify es por el momento la plataforma *streaming* con mayor popularidad a nivel mundial: entre abril y junio del 2021 contaba con alrededor de 164,5 millones de suscriptores.<sup>91</sup> El servicio está disponible en los

---

<sup>88</sup> Julieta Schulkin, “¿Quiénes son y cómo funcionan las agregadoras de música a Spotify o Apple Music?,” *INFOBAE*, 8 de julio de 2018, <https://www.infobae.com/tecnologia/2018/07/08/quienes-son-y-como-funcionan-las-agregadoras-de-musica-a-spotify-o-apple-music/>.

<sup>89</sup> Spotify for Artists, “Cómo publicar música en Spotify,” consultado el 5 de mayo de 2022, <https://artists.spotify.com/es-419/help/article/getting-music-on-spotify?category=getting-started>.

<sup>90</sup> Iván Serrano Jauregui, “Agregador digital, figura indispensable para la industria musical,” en la Conferencia Distribución digital en el nuevo ecosistema sonoro, *Universidad de Guadalajara Noticias*, 25 de mayo de 2018, <https://udg.mx/es/noticia/agregador-digital-figura-indispensable-para-industria-musical>.

<sup>91</sup> Abigail Orús, “Número de suscriptores de servicios de música en *streaming* a nivel mundial durante el segundo trimestre de 2021, por plataforma,” *Statista*, consultado el 20 de mayo de 2022, <https://es.statista.com/estadisticas/942349/principales-plataformas-de-musica-en-streaming-del-mundo-segun-suscriptores/>.

cinco continentes, en 187 países y en 223 territorios.<sup>92</sup> Esto le ha permitido posicionarse al frente del mercado, como la plataforma líder de servicios de música *streaming* y es por esto que se usará a ésta como estudio de caso.

### 3.2. ¿QUÉ ES SPOTIFY Y POR QUÉ SPOTIFY?

Spotify es una plataforma *streaming* de contenido musical fundada por una empresa sueca-estadounidense en 2006 en Suecia. Ésta funciona como intermediario entre dos grupos: el consumidor y/o oyente de la música (o bien como lo denomina la plataforma el *usuario*) y el creador de la música (el artista). Esta compañía ofrece “servicio de música, podcasts, vídeos digitales que da acceso al oyente a millones de canciones y a otro contenido de creadores de todo el mundo”.<sup>93</sup>

Desde la perspectiva del usuario, es una plataforma que ofrece dos formas distintas de servicio: la versión gratuita y la *de paga*, que recibe el nombre de “Spotify Premium”. Mientras que, en la primera, el suscriptor puede tener acceso gratis a los contenidos, aunque tiene que escuchar publicidad, no puede saltar las canciones y la calidad del audio no es igual a que si tuviera Premium. En el servicio de paga, el usuario puede escoger de manera libre el contenido sin tener que detenerse a escuchar publicidad, la calidad del audio aumenta y es posible descargar las canciones para que cuando no se esté conectado a una red wifi o no se quiera usar los datos móviles, la persona pueda escuchar sin interrupciones su música previamente descargada. Como dato adicional, y sin fines de hacer publicidad a esta plataforma, ésta tiene diferentes paquetes para el plan “Premium”, por lo que es posible que cada persona se adapte a sus necesidades, si desea contratar el servicio de paga.

El uso de la aplicación es, relativamente, sencillo. Cualquier canción o podcast que esté publicado dentro de la plataforma se puede reproducir desde cualquier dispositivo móvil, tableta, ordenador o incluso desde del reproductor web de Spotify. Lo único que el interesado tiene que hacer es crear una cuenta y decidir qué servicio le gustaría utilizar (ya sea el gratuito o uno de los planes de paga). Asimismo, el usuario puede reproducir sus propias listas de

---

<sup>92</sup> Spotify, “¿Dónde está disponible Spotify?”, *Spotify*, consultado el 15 de mayo de 2022, <https://support.spotify.com/es/article/where-spotify-is-available/>.

<sup>93</sup> Spotify, “Qué es Spotify”, *Spotify*, consultado el 5 de mayo de 2022, <https://support.spotify.com/es/article/what-is-spotify/>.

reproducción creadas por él o las que ha creado el equipo editorial de la compañía. De hecho, sobre este mismo punto, algo que ha diferenciado a esta plataforma *streaming* de otras es que uno de los servicios que ofrece son las listas de reproducción dirigidas para el titular de la cuenta conforme a sus preferencias (lo que más escucha o las canciones que guarda en su cuenta).<sup>94</sup>

Por el otro lado, desde la perspectiva de los artistas, tener una cuenta en Spotify es distinto a lo que acaba de ser explicado. Para comenzar, el servicio se llama *Spotify para artistas*, que consiste en que después de que el artista y su equipo crearon un perfil, estos puedan subir contenido y de esta manera darse a conocer o permitir que su público los escuche por este medio. No obstante, para que un individuo pueda tener acceso a este servicio, tiene que realizar alguna de las siguientes opciones:

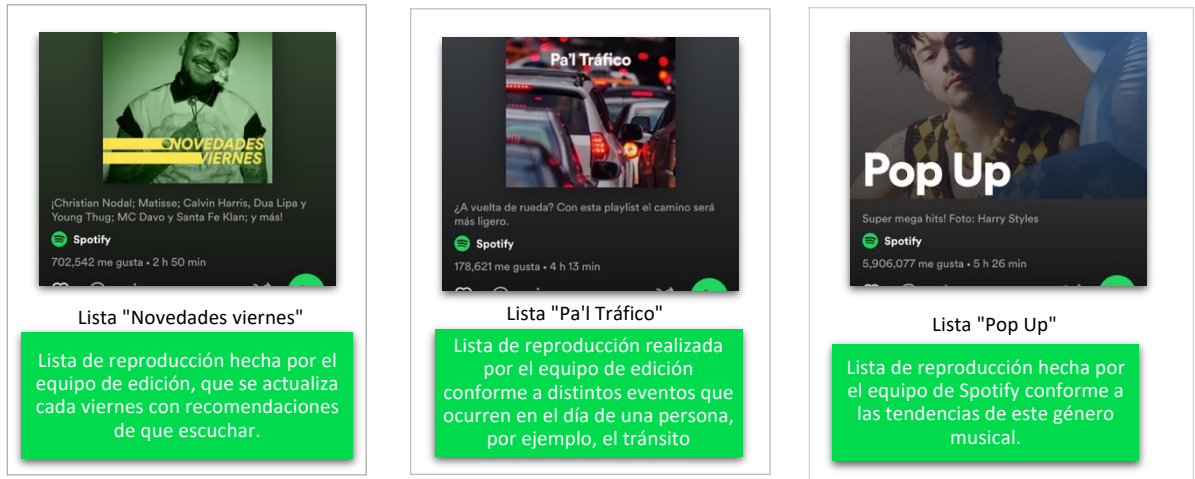
- a) Obtener un perfil de artista, que puede tomar algunos días debido a que la revisión del perfil es manual y se tiene que hacer la verificación a través de los canales del artista.
- b) Acceder por medio de un distribuidor, que es la manera más veloz, ya que se obtiene acceso de manera automática, siempre y cuando el distribuidor sea un “proveedor especial”. Es decir, ser una distribuidora que cumpla con los estándares fijados de Spotify. (Algunas agregadoras entran dentro de estos distribuidores).
- c) Acceder por medio de una invitación, si un miembro del equipo del artista ya tiene acceso como administrador.
- d) Acceder por medio de invitación del equipo del sello discográfico o del artista directamente (este último es en caso de que la persona que quiera tener acceso es uno de los miembros del equipo, pero no es el artista como tal).<sup>95</sup>

Otras características del servicio para artistas son que es posible que el o los creadores del contenido presente sus obras al equipo editorial de Spotify y con esto puedan aparecer en una de las listas de reproducción creadas por la plataforma, lo cual los puede ayudar a ser escuchados a nivel mundial y, por tanto, atraer más oyentes. Para ilustrar y dar una mejor comprensión sobre las listas de reproducción a las que se hacen referencia, se muestran a continuación algunos ejemplos.

---

<sup>94</sup> Daniel Matus, “Apple Music vs. Spotify: ¿cuál es el rey de la música en streaming?,” *digitaltrends ES*, 10 de mayo de 2022, <https://es.digitaltrends.com/celular/spotify-vs-apple-music/>.

<sup>95</sup> Spotify for Artists, “Cómo acceder a Spotify for Artists,” *Spotify*, consultado el 16 de mayo de 2022, <https://artists.spotify.com/es-419/help/article/getting-access-to-spotify-for-artists?category=getting-started>.



Fuente: Capturas de pantalla de lista de reproducción recomendadas y realizadas por el autor de esta obra.

También, pueden hacer publicidad y promoción tanto por medio de esta plataforma como de otras redes sociales (por ejemplo, *Instagram*), así como que gestionen ellos mismos su perfil. Para esto hay que precisar que es posible vincular la cuenta de Spotify con las redes sociales, de tal manera que en estos medios el artista puede avisarles a sus seguidores sobre la publicación de sus nuevos sencillos o el lanzamiento de su nuevo álbum. Además, de que Spotify tiene la posibilidad de que el artista pueda crear *posters* que le aparecen al usuario cuando escucha la canción.

Otro aspecto llamativo que ofrece Spotify a estos es que con los datos que adquiere de sus suscriptores, la empresa hace estudios que luego los comparten con los artistas para que conozcan los gustos de sus fans con el objetivo que estos creen tácticas de comunicación para conectar con su público.<sup>96</sup>

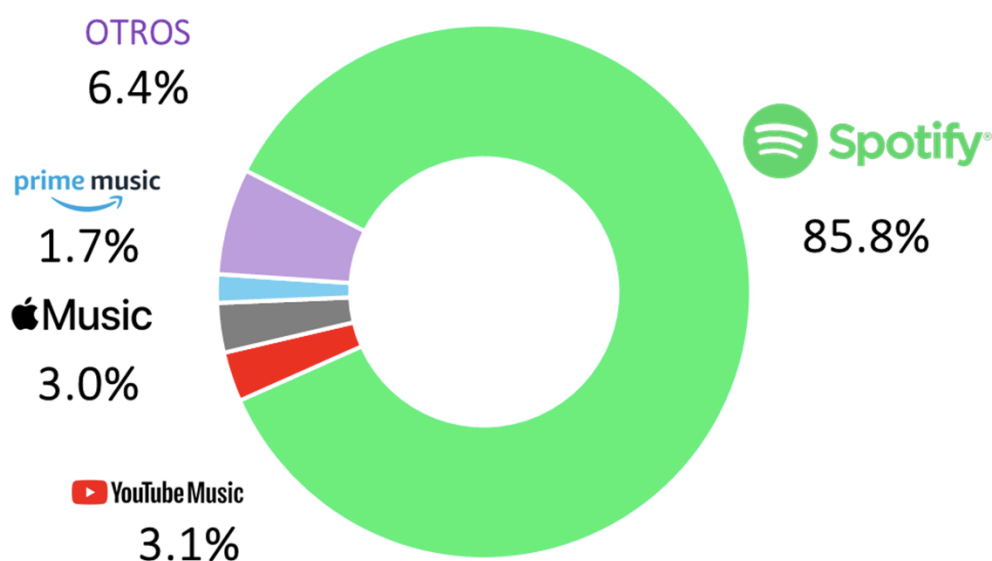
Finalmente, Spotify no retiene ningún derecho patrimonial sobre el contenido publicado por el artista, por lo que cantautores como Taylor Swift o Kanye West conservan la propiedad de sus canciones, así como que la licencia que le conceden a la plataforma no es exclusiva y, por tanto, no hay una restricción a que sus canciones estén disponibles en otras plataformas. Cabe mencionar que el modelo de negocio de Spotify no requiere de exclusividad, puesto que

---

<sup>96</sup> Estos estudios están disponibles en la página web de Spotify for Artists. Consulte en este link <https://artists.spotify.com/es-419?ref=logo>.

la empresa obtiene dinero principalmente de posicionarse en el mercado como un espacio de publicidad y por la suscripción de los usuarios a su servicio de paga. Por lo que es necesario comentar que, si bien esto otorga más libertad al artista, tiene sus desventajas: el porcentaje que obtienen los artistas por reproducción es muy pequeño, de tal manera que se ha vuelto también una inconformidad que estos están buscando cambiar dentro de la industria. Así que, el artista no cede su trabajo a Spotify, pero las ganancias tampoco le están llegando primordialmente a éste. Debería ponerse en duda si las tarifas que fijan estas plataformas deberían de cambiar para intentar resolver el malestar con el pago de las regalías o si el problema proviene de otros factores.

En resumen, Spotify es una plataforma *streaming* que ofrece dos servicios diferentes y opera como la intermediadora entre los creadores de obras musicales y los consumidores de estas creaciones. No obstante, para completar la respuesta a la pregunta del epígrafe *¿por qué Spotify?*, se debe considerar la posición de esta compañía frente sus competidoras. Como ya se mencionó, ésta ostenta el primer lugar de las plataformas que ofrecen este tipo de servicios, sus números de suscriptores crecen mensualmente de forma constante, dejando atrás a otras plataformas como Google Play Music, YouTube Music, Apple Music y Amazon Music, tal y como lo muestra la gráfica siguiente:



Fuente: The Competitive Intelligence Unit.<sup>97</sup>

A mitades del 2021, las ganancias de Spotify marcaban el 62% de los ingresos generados en el sector, y una parte se debe a usuarios que contratan el servicio de paga<sup>98</sup> (*Spotify Premium*). A lo largo del 2017 y 2018, la compañía realizó ciertas acciones que generó insinuaciones que la empresa va a cambiar, o si no es que ya lo está haciendo, “el viejo modelo del negocio de la música,” y, por tanto, inaugurar una nueva era en la que nuevos artistas puedan acceder con mayor facilidad a la industria. Algunos ejemplos de estas acciones son los acuerdos de no exclusividad y la exposición que tiene el artista sin ninguna contraprestación a cambio.<sup>99</sup>

Aparte de las mejoras que han hecho en los servicios que ofrecen, como la calidad del audio, las listas de reproducción dirigidas, podcasts, los paquetes de suscripción, el contenido y experiencia que ofrece al usuario, etc.<sup>100</sup> Por lo que, es probable, que estas acciones han impulsado el crecimiento tanto de la plataforma como de su contenido y, por tanto, el interés del consumidor de querer suscribirse a Spotify.

### 3.3 LAS REGLAS DE SPOTIFY

#### 3.3.A TÉRMINOS Y CONDICIONES

Ya ubicada la posición de Spotify como intermediario y que ofrece dos servicios distintos (para los usuarios y para los artistas), resulta necesario precisar que, de igual manera, existen dos Términos y Condiciones diferentes: unos destinados para el uso del servicio de escuchar música y demás contenido, es decir, para los usuarios consumidores; y otro para el uso del servicio de los artistas. Debido a que este trabajo tiene por interés analizar los derechos que reciben los artistas en las plataformas como Spotify, se estudiará primero la normatividad

---

<sup>97</sup> Daniel Cabrera Martínez, “Consumo de Música Vía Streaming en 2021,” *The Competitive Intelligence Unit*, 17 de enero de 2022, <https://www.theciu.com/publicaciones-2/2022/1/17/consumo-de-musica-va-streaming-en-2021?rq=spotify>.

<sup>98</sup> Abigail Orús, “Número de suscriptores de servicios de música en streaming a nivel mundial durante el segundo trimestre de 2021, por plataforma,” *Statista*, consultado el 20 de mayo de 2022, <https://es.statista.com/estadisticas/942349/principales-plataformas-de-musica-en-streaming-del-mundo-segun-suscriptores/>.

<sup>99</sup> Ben Sisario, “Una nueva iniciativa de Spotify pone nerviosa a las disqueras,” *The New York Times*, 7 de septiembre de 2018, <https://www.nytimes.com/es/2018/09/07/espanol/spotify-acuerdos-disqueras-musica.html>.

<sup>100</sup> Daniel Matus, “Apple Music vs. Spotify: ¿cuál es el rey de la música en streaming?,” *digitaltrends ES*, 10 de mayo de 2022, <https://es.digitaltrends.com/celular/spotify-vs-apple-music/>.

enfocada al servicio para ellos y luego se hará mención de las implicaciones o reglas que tiene el consumidor sobre el artista en los Términos y Condiciones.

Para comenzar, los *Términos y Condiciones de uso de Spotify para artistas* actuales están divididos en 7 secciones y surtieron efectos a partir del 1ro de septiembre de 2021. Cada uno de estos, en pocas palabras, reglamenta la relación entre Spotify y la Entidad Suscriptora, que es la encargada de la publicación del contenido del artista. No obstante, con el objetivo de entender mejor la regulación interna de la plataforma se explicarán brevemente algunos de los puntos más relevantes, por lo que se optó por dividirlo en temas.

## CONTENIDO DEL USUARIO

La definición de lo que comprende el *contenido del usuario* se aborda en el apartado “contenido y los derechos de propiedad intelectual” —dentro de la sección cuarta— e indica lo siguiente: “toda la información, material y otro contenido que los usuarios añaden, crean, cargan, envían, distribuyen o publican en Spotify para artistas.”<sup>101</sup> Es importante mencionar que los usuarios suscriptores son los *únicos responsables* del contenido que se publique.

## LOS SUJETOS OBLIGADOS (“SUBSCRIPTORES”)

En la sección titulada “introducción” está especificado que “Spotify para artistas es solo para los usuarios de la industria de la música con fines comerciales y que no está abierto a los consumidores, ni a cualquier persona que actúe con fines personales, familiares o domésticos.”<sup>102</sup> Dado que los que aceptan estos términos es una empresa, es claro que tienen un fin comercial. Sin embargo, si fuera el caso de que una compositora o un cantautor quisiera abrir una cuenta solo para subir contenido por pasatiempo, en principio no podría hacer uso de este servicio.

Asimismo, en esta parte de estos Términos y Condiciones se da a entender que es una entidad suscriptora la que los acepta. Es decir, un tercero diferente al creador de la canción que, normalmente, es un representante autorizado por una persona moral que cuenta con las

---

<sup>101</sup> Spotify Legal, “Spotify for Artists Terms and Conditions of Use”, *Spotify*, consultado el 13 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/us/legal/spotify-for-artists-terms-and-conditions/>.

<sup>102</sup> Spotify Legal, “Spotify for Artists Terms and Conditions of Use”, *Spotify*, consultado el 13 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/us/legal/spotify-for-artists-terms-and-conditions/>.



facultades suficientes para obligar a ésta y obligarse así mismo ante estos. Tiene lógica que sea una entidad la que se encarga de la relación con Spotify, ya que como se mencionó con anterioridad, una gran parte de los artistas independientes y disqueras suben su contenido a estas plataformas por medio de distribuidoras digitales.

Adicionalmente, cabe precisar que la edad mínima para estar legitimado para la celebración del contrato en nombre de la entidad suscriptora es 13 años o la que fije el país de donde sea el suscriptor para establecer la mayoría de edad, aparte se debe tener el consentimiento de los padres (si es menor de edad) y contar con un poder que le permita vincular a la entidad con Spotify.<sup>103</sup> Así que, en el caso que la entidad hubiera sido constituida bajo derecho mexicano y el representante fuera un nacional de este mismo país, la relación sería con la compañía de Spotify y el individuo tendría que tener los 18 años cumplidos para celebrar el contrato.<sup>104</sup>

#### SERVICIO SPOTIFY PARA ARTISTAS (LICENCIA DE USO)

Spotify concede un permiso *limitado, no exclusivo y revocable* para utilizar Spotify para Artistas por un tiempo indefinido, que concluirá hasta que una de las partes rescinda la relación con la compañía.<sup>105</sup> Es claro que, por ser un servicio para varios artistas el permiso no puede ser exclusivo y que debe estar limitado a únicamente a lo que el servicio ofrezca, pues de otra manera podría interpretarse que Spotify le pudiera prestar todo el software a cada suscriptor en lo individual. En el apartado “Sus derechos de uso para Spotify para artistas” está precisado que el software sólo está siendo licenciado, por lo que no fue vendido ni transferido. Cabe aclarar que el permiso es revocable, sobre todo si se violenta alguno de los supuestos previstos a lo largo de estos Términos y Condiciones y en las Directrices del Usuario de Spotify,<sup>106</sup> de estos últimos haremos referencia más adelante. Es por esto, que el usuario tiene, primordialmente, la obligación de cumplir con estas normas, si desea que su contenido esté disponible en este medio.

---

<sup>103</sup> Spotify Legal, “Spotify for Artists Terms and Conditions of Use”, *Spotify*, consultado el 13 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/us/legal/spotify-for-artists-terms-and-conditions/>.

<sup>104</sup> Esto debido a que el artículo 646 del Código Civil Federal determina que “la mayor de edad comienza a los dieciocho años cumplidos.”

<sup>105</sup> Spotify Legal, “Spotify for Artists Terms and Conditions of Use”, *Spotify*, consultado el 13 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/us/legal/spotify-for-artists-terms-and-conditions/>.

<sup>106</sup> Spotify Legal, “Spotify for Artists Terms and Conditions of Use”, *Spotify*, consultado el 13 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/us/legal/spotify-for-artists-terms-and-conditions/>.

## DERECHOS Y OBLIGACIONES DE SPOTIFY

### a) Derechos de propiedad intelectual sobre la marca “*Spotify*”

Spotify mantiene la titularidad de sus derechos de propiedad industrial.<sup>107</sup> Lo anterior incluiría el uso exclusivo de las marcas, logotipos, nombres de dominio y cualquier característica de la marca Spotify. Es decir, los artistas no adquieren el permiso usar el logo de Spotify ni nada relacionado con el mismo que los identifique como si fueran parte de la marca o, de alguna manera, auspiciados por la misma.

### b) Facultad de supervisar y revisar el contenido publicado en Spotify para artistas

Spotify se reserva el derecho de eliminar o deshabilitar el acceso a cualquier Contenido de Usuario de Spotify para artistas a su entera discreción y sin notificación previa a ningún interesado, al menos que la ley prohíba esta eliminación o deshabilitación.<sup>108</sup>

### c) Revocar la licencia de uso

Por incumplimiento de alguna de las reglas de Spotify puede revocar la licenciada otorgada a la entidad suscriptora para hacer uso de sus servicios.<sup>109</sup>

### d) Hacer uso del contenido publicado en su plataforma

En la sección cuarta, se señala que el contenido publicado es de acceso público, por lo que tal contenido puede ser utilizado y compartido por otros usuarios dentro y fuera de Spotify. Sin embargo, se precisa que Spotify no está obligado a tener que incluir o distribuir el Contenido del Usuario a través de Spotify para Artistas,<sup>110</sup> por lo que la publicación de cierto contenido en la plataforma no necesariamente implica que los usuarios consumidores vayan a tener directamente visibilidad de ello. En otras palabras, las agregadoras pueden continuamente estar publicando el contenido de los cantautores en la plataforma, aunque esto no significa que los últimos sencillos de estos vayan a estar en automático en alguna de las listas de reproducción que realiza el equipo de edición de Spotify y, por tanto, que todos los usuarios conectados a Spotify vayan a tener acceso a ellos a primera vista. Esto último demuestra que el lanzamiento

---

<sup>107</sup> Spotify Legal, “Spotify for Artists Terms and Conditions of Use”, *Spotify*, consultado el 13 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/us/legal/spotify-for-artists-terms-and-conditions/>.

<sup>108</sup> Spotify Legal, “Spotify for Artists Terms and Conditions of Use”, *Spotify*, consultado el 13 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/us/legal/spotify-for-artists-terms-and-conditions/>.

<sup>109</sup> Spotify Legal, “Spotify for Artists Terms and Conditions of Use”, *Spotify*, consultado el 13 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/us/legal/spotify-for-artists-terms-and-conditions/>.

<sup>110</sup> Spotify Legal, “Spotify for Artists Terms and Conditions of Use”, *Spotify*, consultado el 13 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/us/legal/spotify-for-artists-terms-and-conditions/>.

de un sencillo va más allá de su publicación en alguna de estas plataformas, si no que también se necesita de la publicidad y otras medidas para su mayor alcance comercial.

- e) Modificar a su discreción los Términos y Condiciones y demás reglas de uso de la plataforma.

Spotify siempre puede hacer cambios a cualquiera de las reglas de Spotify con la obligación de notificar al representante de la entidad suscriptora de las modificaciones.<sup>111</sup>

## DERECHOS Y OBLIGACIONES DEL SUBSCRIPTOR

A pesar de que algunos derechos y obligaciones ya fueron referidos con anterioridad, se enlistan en este apartado con la finalidad de generar una mayor claridad respecto al posicionamiento del suscriptor frente a Spotify.

- a) Tener acceso a datos estadísticos sobre el contenido publicado

En el apartado de los presentes Términos y Condiciones “el servicio de Spotify proporcionado por nosotros”, la compañía informa sobre la posibilidad de que agreguen, de vez en cuando, nuevas funciones que permita al titular de los derechos y/o su entidad (de manera voluntaria) el acceso a información de datos relacionados con el contenido del artista, los cuales estarán sujetos a otros Términos y Condiciones diseñados para este propósito.<sup>112</sup>

- b) Derecho a ser notificado por cualquier medio razonable sobre algún cambio en los Términos y Condiciones.

Si Spotify hace algún cambio a los Términos y Condiciones, la compañía tiene que notificar sobre los cambios. Además, estas modificaciones no se aplicarán a las disputas que prexistan al cambio; el continuo uso de Spotify para artistas constituye una aceptación de los cambios hechos.

- c) Tener un usuario dentro de la plataforma

Como fue mencionado con anterioridad, para poder tener acceso a la plataforma y, por tanto, hacer uso de los servicios, es necesario que el Usuario cree una cuenta. Para esto está establecido

---

<sup>111</sup> Spotify Legal, “Spotify for Artists Terms and Conditions of Use”, *Spotify*, consultado el 13 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/us/legal/spotify-for-artists-terms-and-conditions/>.

<sup>112</sup> Spotify Legal, “Spotify for Artists Terms and Conditions of Use”, *Spotify*, consultado el 13 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/us/legal/spotify-for-artists-terms-and-conditions/>.

que el usuario se hace responsable de cualquier uso que se haga con su nombre y cuenta en Spotify.<sup>113</sup>

d) Respetar los términos de uso de la licencia.

Como se mencionó, el software para hacer uso de Spotify para artistas sólo está siendo licenciado, por lo que ninguna entidad suscriptora podría transmitir la propiedad del software. En otras palabras, las distribuidoras digitales no pueden comercializar con su acceso a Spotify para artistas.

e) No redistribuir o transferir Spotify para artistas ni el contenido publicado en la plataforma.

Spotify al otorgar un permiso *limitado, no exclusivo y revocable*, prohíbe a la entidad suscriptora transferir esta autorización, así como que no puede compartir con terceros el contenido que se publique en él.<sup>114</sup> Por ejemplo, la compañía distribuidora que tiene acceso a los datos estadísticos de las reproducciones de una obra musical, que fueron proporcionados por Spotify, no puede distribuir esa información con terceros ajenos a los que tienen acceso a la plataforma.

f) No realizar ninguna medida que imponga una carga irrazonable en Spotify para Artistas. En el mismo sentido de la obligación pasada, la entidad suscriptora no debe en ningún momento debe afectar Spotify para Artistas, por lo que no debe transferir ni compartir la propiedad de las copias de las aplicaciones del software Spotify para artistas ni el contenido dentro de este último.<sup>115</sup>

g) El representante y/o la entidad suscriptora deben cumplir y satisfacer ciertas declaraciones establecidas en la cuarta sección de los Términos y Condiciones.

Por representante debe entenderse el facultado para obligar a la agregadora o disquera a estos Términos y Condiciones, no obstante, como hay ocasiones en las que ciertos artistas entran a esta plataforma por su cuenta y no por medio de una compañía, entonces debe interpretarse que por representante se hace referencia a la persona que se somete a las reglas de Spotify.

---

<sup>113</sup> Spotify Legal, “Spotify for Artists Terms and Conditions of Use”, *Spotify*, consultado el 13 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/us/legal/spotify-for-artists-terms-and-conditions/>.

<sup>114</sup> Spotify Legal, “Spotify for Artists Terms and Conditions of Use”, *Spotify*, consultado el 13 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/us/legal/spotify-for-artists-terms-and-conditions/>.

<sup>115</sup> Spotify Legal, “Spotify for Artists Terms and Conditions of Use”, *Spotify*, consultado el 13 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/us/legal/spotify-for-artists-terms-and-conditions/>.

Algunas de estas declaraciones que resulta necesario resaltar son las siguientes:

- I. Declaración 2(i): En esta se establece que el Contenido del Usuario “no viola los Términos, Directrices de Usuario de Spotify, la ley aplicable, las regulaciones y las reglas de cualquier gremio, sindicato o colectivo, o viola o infringe los derechos de ningún tercero, incluida cualquier propiedad intelectual (incluidos los derechos de autor), publicidad, privacidad, personalidad contrato u otros derechos de otros”.<sup>116</sup> Esto es particularmente relevante para la materia de los derechos de autor debido a que compromete a los suscriptores verifiquen que el contenido que desean publicar no daña ningún derecho de propiedad intelectual (de autor e industrial incluidos). Lo que resulta una liberación de responsabilidad para Spotify en caso de que surgiera alguna controversia por plagio.
  
- II. Declaración 4: El representante se posiciona como el único responsable de cumplir con las condiciones establecidas en cada una de las autorizaciones y permisos otorgadas por terceros relacionadas con la publicación del Contenido del Usuario dentro de Spotify para Artistas. Asimismo, es el responsable de realizar cada uno de los pagos de regalías, tarifas y otro dinero a todos y cada uno de los terceros según lo requieran.<sup>117</sup> Por medio de esta declaración, la entidad suscriptora está reconociendo que cuenta con las facultades necesarias para la publicación de la obra musical, así como se obliga a la repartición de las ganancias generadas por la reproducción de una canción.
  
- III. Declaración 5: En esta se precisa que los pagos no serán efectuados en nombre de Spotify o de otra persona o entidad relacionada.<sup>118</sup> Es necesario comentar que Spotify está transfiriendo a la Entidad Suscriptora la obligación de pagarle al artista el porcentaje de la regalía que le corresponde. Para esto es necesario precisar que

---

<sup>116</sup> Spotify Legal, “Spotify for Artists Terms and Conditions of Use”, *Spotify*, consultado el 13 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/us/legal/spotify-for-artists-terms-and-conditions/>.

<sup>117</sup> Spotify Legal, “Spotify for Artists Terms and Conditions of Use”, *Spotify*, consultado el 13 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/us/legal/spotify-for-artists-terms-and-conditions/>.

<sup>118</sup> Spotify Legal, “Spotify for Artists Terms and Conditions of Use”, *Spotify*, consultado el 13 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/us/legal/spotify-for-artists-terms-and-conditions/>.

Spotify genera dos tipos de regalías: las regalías de grabación y las de publicación. Las primeras consisten en el dinero que se les paga a los titulares de los derechos por las grabaciones reproducidas en Spotify y, las segundas, es el dinero que se les paga a los compositores o propietarios de una composición.<sup>119</sup> En los casos que hemos utilizado, las regalías de grabación de Spotify irían para las que poseen los derechos patrimoniales como es Ithaca Holdings en el caso de Taylor Swift o Universal Music con Cristián Nodal. Mientras a las regalías de publicación serían para Taylor Swift y Cristián Nodal más el equipo que les ayudo con las composiciones de sus canciones. Estas tendrían que ser pagadas por la distribuidora o la disquera.

h) Tomar precauciones para preservar y proteger el contenido.

La compañía no se hace responsable de daños por la eliminación o falta de almacenamiento de contenido de Spotify para artistas.<sup>120</sup> Es por esto que la entidad suscriptora debe conservar copias de seguridad del contenido que publican en este medio digital.

i) Obligación a cargo del representante de reconocer y aceptar que los propietarios del Contenido de Spotify para Artistas y ciertos distribuidores pueden ser beneficiarios de los presentes Términos y Condiciones.

Para este punto Spotify reconoce que los beneficiarios de los Términos y Condiciones puedan hacerlos cumplir en contra de la entidad suscriptora, pero en ningún momento estos crean nuevos derechos.<sup>121</sup> Esto demuestra que no hay relación entre el creador de la obra musical y Spotify (en caso de que quien esté aceptando los Términos sea la compañía discográfica o la distribuidora musical), pero se reconoce que existen derechos de terceros y por ello impone la obligación de cumplir con ellos. Algún derecho de tercero es por ejemplo el pago de las regalías.

j) Indemnizar y eximir de responsabilidad a Spotify de y contra todos los daños, pérdidas y gastos de cualquier tipo que surjan de los siguientes 4 supuestos:

---

<sup>119</sup> Spotify for Artists, “Regalías,” Spotify, consultado el 21 de mayo de 2022, <https://artists.spotify.com/es-419/help/article/royalties?category=getting-started>.

<sup>120</sup> Spotify Legal, “Spotify for Artists Terms and Conditions of Use”, *Spotify*, consultado el 13 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/us/legal/spotify-for-artists-terms-and-conditions/>.

<sup>121</sup> Spotify Legal, “Spotify for Artists Terms and Conditions of Use”, *Spotify*, consultado el 13 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/us/legal/spotify-for-artists-terms-and-conditions/>.

- a. Incumplimiento de los términos
  - b. Cualquier contenido de usuario que publique o contribuya de otra manera
  - c. Cualquier actividad en la que participe en o a través de Spotify para artistas
  - d. Por violación de cualquier ley o de los derechos de un tercero.<sup>122</sup>
- k) Respetar todas las reglas de Spotify

#### LICENCIA DE USO EN FAVOR DE SPOTIFY

En el apartado “licencias que nos concedes” de la sección cuarta, se menciona que el usuario suscriptor le concede a Spotify una licencia de uso. La licencia que se otorga a Spotify es, de acuerdo con los términos, de la siguiente manera:

Usted, en nombre de su Entidad Suscriptora, otorga a Spotify una licencia no exclusiva, transferible, sublicenciable, sin derechos de autor, totalmente pagada, irrevocable y de alcance mundial para reproducir, facilitar, ejecutar y mostrar, comunicar al público, traducir, modificar, distribuir, utilizar de otro modo y crear obras derivadas de dicho Contenido de usuario a través de cualquier medio, ya sea solo o en combinación con otro contenido o materiales, de cualquier manera y por cualquier medio, método o tecnología, ya sea conocido actualmente o creado en el futuro, en relación con Spotify for Artists y el servicio de streaming de música de Spotify, y con la promoción y comercialización de Spotify for Artists y el servicio de streaming de música de Spotify.<sup>123</sup>

Sobre esto es importante resaltar algunos puntos. Para empezar, Spotify no reclama ningún derecho de propiedad sobre el Contenido del Usuario. En principio esto es un aspecto positivo para los artistas, pues la imposibilidad de tener los derechos de propiedad sobre sus canciones fue justo una de las inconformidades que manifestaron Taylor Swift, Paul McCartney, Prince y Kanye West. Por lo tanto, podría considerarse que, si este fuera el punto decisivo sobre si solo publicar música por medio de una plataforma, es probable que estos cuatro artistas hubieran optado por Spotify en vez de un contrato con Universal Music u otra disquera. Por supuesto, esto solamente sería posible en el caso de que en ningún momento hubieran entrado en una relación contractual con una disquera. Basta con recordar el caso de Taylor Swift para ejemplificar este punto. Ella tuvo que regrabar sus canciones para que pudiera ser quien

---

<sup>122</sup> Spotify Legal, “Spotify for Artists Terms and Conditions of Use”, *Spotify*, consultado el 13 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/us/legal/spotify-for-artists-terms-and-conditions/>.

<sup>123</sup> Spotify Legal, “Spotify for Artists Terms and Conditions of Use”, *Spotify*, consultado el 13 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/us/legal/spotify-for-artists-terms-and-conditions/>.

conservará los derechos de estas mismas. Entonces, Swift al publicar sus regrabaciones en Spotify, está conservando sus derechos y, por ende, puede licenciarlos a otras plataformas.

Otros puntos por señalar son 1) que la licencia es pagada, lo que implica un derecho para la entidad suscriptora de recibir un beneficio económico por la reproducción de la obra. En palabras más técnicas, es posible señalar que aquí se está haciendo efectivo uno de los derechos patrimoniales. 2) El titular de los derechos de autor de la obra está otorgando su consentimiento para que Spotify pueda crear una obra diferente con una previa, que podría llegar a ser utilizada para fines de publicidad y comunicación de mercadotecnia.

De igual manera, en esa misma sección se establece que respecto a los comentarios que se hagan en el Contenido de Spotify para artistas, los autores renuncian y aceptan no hacer valer ningún derecho (en la medida que la legislación lo permita) equivalente a que los relacionen con estos, debido a que estos comentarios se consideran parte del Contenido de Usuario. Por lo que sería adecuado cuestionarse si esta renuncia es lícita o está debidamente justificada.

#### LIBERACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Spotify busca liberarse de diferentes supuestos de responsabilidad. Por lo que declara, en primer lugar, que “Spotify para artistas se proporciona ‘tal cual’ y ‘según disponibilidad’, sin ninguna garantía de ningún tipo, ya sea expresa, implícita o estatutaria.”<sup>124</sup> Esto quiere decir que no ofrecen garantía con respecto al contenido, incluyendo cuestiones de calidad satisfactoria, comerciabilidad, idoneidad para un propósito en específico o no infracción. Tampoco garantizan que el servicio esté libre de malware u otros componentes dañinos ni asume responsabilidad por ninguna aplicación de terceros (*i.e.* que se intente ingresar por medio de aplicaciones de terceros), el contenido del usuario, dispositivos o cualquier producto o servicio anunciado. En este mismo sentido, si el usuario suscriptor tiene algún problema o insatisfacción con el servicio, el único recurso que tiene disponible es la desinstalación del software.

Asimismo, se establece que Spotify como las personas que estén relacionadas con ésta (sus funcionarios, accionistas, empleados, agentes directores, subsidiarias, afiliados, sucesores, cesionarios, proveedores o licenciantes) no serán responsables de 1) ningún daño indirecto, especial, incidental, punitivo, ejemplar o consecuente; 2) cualquier pérdida de uso, datos,

---

<sup>124</sup> Spotify Legal, “Spotify for Artists Terms and Conditions of Use”, *Spotify*, consultado el 13 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/us/legal/spotify-for-artists-terms-and-conditions/>.



negocio o beneficios que surjan del uso o incapacidad de usar Spotify para artistas, dispositivos, aplicaciones de tercero o contenido de aplicaciones de terceros, sin tener en cuenta que Spotify ha sido advertido de la posibilidad de los daños; o 3) responsabilidad agregada por todas las reclamaciones relacionadas con Spotify para artistas en los últimos 12 meses. Los términos fijan un plazo de un año para hacer la reclamación a partir de que se sepa o tenga conocimiento del acto, omisión o falta y por medio de la presentación de una demanda de arbitraje o acción individual. No hay derecho para remediar cualquier queja después de este plazo.

### JURISDICCIÓN Y LEY APLICABLE

La sexta sección reglamenta los supuestos en los casos de “problemas y disputas”. Para poder conocer que ley es la aplicable, es necesario mencionar que va a depender con que filial de Spotify se celebren los Términos y Condiciones. Si la entidad contratante es una compañía constituida o está sujeta a las leyes de Estados Unidos de América, entonces la relación es con Spotify USA Inc. En cualquier otro caso, será con Spotify AB.<sup>125</sup> No obstante, no está de más mencionar que la mayoría de las agregadoras están regidas por la ley estadounidense, por lo que casi siempre la relación es con Spotify USA Inc. En esta misma línea, el derecho que aplica son las leyes del Estado de Nueva York en Estados Unidos de América, así como los tribunales competentes son los ubicados en el Condado de Nueva York para resolver disputas, reclamos o controversias que surgen de los Términos o de Spotify para artistas y que no estén sujetos de manera obligatoria al Acuerdo de Arbitraje, que se menciona más adelante.

La compañía puede rescindir o suspender el acceso a Spotify para artistas en cualquier momento si consideran que ha habido un incumplimiento de los Términos o de la Ley aplicable. Por el contrario, los términos seguirán aplicando hasta que una de las partes rescinda la relación jurídica. Spotify puede suspender la cuenta en cualquier momento si surge una disputa entre la Entidad Suscriptor y ellos o con cualquier tercero en cuanto a la propiedad o el uso autorizado de la cuenta, y por esta suspensión no habrá ninguna responsabilidad en contra de la empresa. Asimismo, Spotify ofrece poder resolver la disputa, si las partes lo desean, en la presunción que Spotify resuelva la disputa, la decisión es definitiva y vinculante para la Entidad Suscriptor y,

---

<sup>125</sup> Spotify Legal, “Spotify for Artists Terms and Conditions of Use”, *Spotify*, consultado el 13 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/us/legal/spotify-for-artists-terms-and-conditions/>.

además, no tendrá ninguna acción en contra de la compañía por la resolución final, pero sí puede hacer uso de los recursos contra terceros según lo disponga la ley aplicable. En caso de que se suspenda o termine la relación, no habrá reembolsos sobre cantidades que ya se hayan pagado. Finalmente, dentro de la sección primera los Términos y Condiciones se hace referencia a una disposición obligatoria de someterse a arbitraje, en caso de una disputa. Sin embargo, esta norma aplica únicamente si la entidad se rige por las leyes de Estados Unidos de América y se obliga con Spotify USA INC.

### *3.3.A.1. TERMINOS Y CONDICIONES DE USO*

Ahora, por el lado de los Términos y Condiciones de Uso de la aplicación y relacionado con alguna protección hacia los artistas, la sección cuarta de estos Términos menciona lo siguiente:

Los usuarios pueden publicar, subir o aportar contenido al Servicio de Spotify (“Contenido de usuario”). Para evitar dudas, el término “Contenido de usuario” incluye toda la información, los materiales y otro contenido que los usuarios agregan, crean, suben, envían, distribuyen o publican en el Servicio de Spotify (incluida a la Comunidad de soporte de Spotify).<sup>126</sup>

Como es posible observar de este fragmento, el usuario (*i.e.* el consumidor) puede publicar contenido en la plataforma. Sin embargo, hay ciertas limitaciones a este contenido, párrafos más adelante en estos Términos el usuario debe prometer que él es propietario del contenido o que tiene derecho de publicarlo y que no infringe leyes pertinentes, propiedad intelectual u otros derechos de terceros ni que tampoco implica autorización o afiliación del usuario a Spotify o cualquier artista, banda, disquera u entidad sin un consentimiento previo.<sup>127</sup> De lo anterior, es notable que se le está dando una protección a los artistas para que ninguna persona pueda subir contenido de ellos sin su autorización, es decir, que alguien tome el contenido ajeno y lo haga pasar por suyo.

---

<sup>126</sup> Spotify, “Términos de uso de Spotify,” *Spotify*, consultado el 21 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/mx/legal/end-user-agreement/>.

<sup>127</sup> Spotify, “Términos de uso de Spotify,” *Spotify*, sección 4 Derechos de propiedad intelectual y contenido, párrafo tercero, consultado el 21 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/mx/legal/end-user-agreement/>.

### 3.3.B. DIRECTRICES DE LOS USUARIOS Y POLÍTICA DE COPYRIGHT

Respecto las Directrices de los usuarios y la Política de derechos de autor es posible comentar lo siguiente:

- 1) Las directrices se aplican cuando se usan sitios web, aplicaciones y servicios de Spotify y fueron creadas con el fin de asegurar que todos los involucrados puedan disfrutar los Servicios. Es decir, estas reglas aplican tanto para los usuarios oyentes como los usuarios artistas. Forman un total de 26 reglas y, como ya se había explicado, el incumplimiento de una de estas puede resultar en la suspensión o cancelación de la cuenta de la Entidad Suscriptora o usuario.<sup>128</sup>
- 2) La Política de derechos de autor explica lo que se debe hacer cuando alguien considera que uno de los materiales disponibles en el Servicio de Spotify vulnera derechos de autor. La reclamación se puede hacer por medio de un formulario web o por correo a la dirección indicada (ambos datos están explicados en la Política).<sup>129</sup> Sin embargo, cabe mencionar que ésta norma es relativamente vaga, pues solo se señala que Spotify podrá dar por terminada la cuenta del suscriptor —si determina que hubo una infracción— sin señalar los pasos siguientes. En otras palabras, qué se tendría que hacer para obtener una indemnización por los daños y perjuicios ocasionados o si habría que presentarse una denuncia; no está estipulado si la parte afectada tendrá que acudir a una instancia judicial para reclamar la violación a sus derechos. Asimismo, esto demuestra que a pesar de que el órgano encargado dentro de la compañía va a determinar si hubo una vulneración a derechos y puede imponer una “sanción”, éste no está ejerciendo una función jurisdiccional en sentido estricto, pues su resolución no surtirá efectos fuera de la plataforma. Como reflexión para futuros trabajos sería interesante cuestionar la posibilidad de combatir la sanción impuesta por Spotify al presunto infractor.

Después de esta extensa explicación, en resumen, estos Términos —entendiendo por *Términos* los Términos y Condiciones de Uso para Spotify para Artistas, los Términos y

---

<sup>128</sup> Spotify, “Guidelines de Usuario de Spotify,” consultado el 21 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/mx/legal/user-guidelines/>.

<sup>129</sup> Spotify, “Política de derechos de autor de Spotify,” consultado el 21 de mayo de 2022, <https://www.spotify.com/mx/legal/copyright-policy/>.

Condiciones de Uso, las Directrices de los Usuarios y la Política de Derechos de Autor — conceden los siguientes derechos y obligaciones a los artistas:<sup>130</sup>

<b>Requisitos para acceder al servicio</b>	<b>Derechos</b>	<b>Obligaciones</b>
1) Crear un usuario/cuenta 2) Cumplir con un fin comercial 3) Acceder por medio de una entidad distribuidora/agregadora	1) Acceso a datos relacionados con el contenido publicado 2) Recibir regalías por parte de la Entidad 3) Pago por la reproducción de la obra 4) Poder solicitar que Spotify resuelva disputa	1) No vender ni transferir el uso del software 2) No redistribuir o transferir contenido publicado en la plataforma o tomar medidas que impongan cargas irrazonables a Spotify 3) Cumplir con los Términos 4) Cumplir con terceros beneficiarios 5) Indemnizar en caso de daños 6) Controversias por medio de arbitraje, en caso de que haya.

Fuente: Elaboración propia

De la tabla hay que señalar que el número de derechos que adquiere por parte de la plataforma es reducido en comparación con el número de obligaciones y requisitos con los que deben cumplir para poder ser usuario y permanecer como uno dentro de la plataforma. Sin embargo, tampoco hay que olvidar que al final que es un servicio y el funcionamiento de éste depende de las exigencias de los “clientes”.

### 3.4 “TAKE IT OR LEAVE IT FORMAT”

Con la descripción de los Términos y la tabla anterior es observable que Spotify busca protegerse de los diversos y potenciales asuntos de responsabilidad por los cuales los usuarios lo podrían demandar. Por consiguiente, los usuarios suscriptores asumen varios riesgos con tal

---

<sup>130</sup> En realidad, es a las distribuidoras que están en representación de ellos.

de poder tener acceso al servicio, por ejemplo, que puedan adquirir un *malware* al publicar contenido en la plataforma o que se borre el contenido que estos subieron y que la compañía no responda por los daños que estos puedan sufrir.

No obstante, la persona que quiera hacer uso de Spotify tiene que aceptar las reglas de Spotify o de otra forma quedaría excluido del servicio que ésta ofrece. En términos jurídicos, se podría considerar que los Términos y Condiciones de Spotify son un contrato de adhesión, a los cuales la distribuidora se tiene que adherir si desea que el contenido de su cliente sea reproducido en este medio. Debido a que Spotify determina que la ley aplicable es la de Estados Unidos, resulta necesario analizar esta figura desde la perspectiva del derecho estadounidense.

Un contrato de adhesión (o como es denominado en este país *standard form contract*) se caracteriza por 3 elementos:

- a) Son presentados al público en formatos impresos estandarizados;
- b) Se ofrecen como un ‘tómelo o déjelo’ y
- c) Los adherentes carecen de la oportunidad de negociar los términos debido a las diferencias entre el poder negocial entre estos y quienes ofrecen el contrato.<sup>131</sup>

Además, por medio de una pluralidad de discursos y enfoques, la doctrina y los tribunales estadounidenses han completado el entendimiento y aplicación de este tipo de contrato. Algunos de los elementos que han logrado introducir a la discusión son, por ejemplo, el *consentimiento*. Sobre esto hay que señalar que algunos autores han considerado que los contratos de adhesión sí son negociados entre las partes, a pesar de ser caracterizados por no haber oportunidad de negociar, que al menos el adherente hace una aceptación específica sobre las cláusulas que están relacionadas con los contornos generales del negocio, pero que lo demás está basado en una *aceptación disfrazada*, que es vaga y amplia y basada en la confianza que el resto del clausulado es “razonable y decente”.<sup>132</sup> No obstante, en realidad esta confianza no es absoluta, pues el texto está redactado de tal manera que se otorgue mayor protección a los intereses del cliente.<sup>133</sup> Esto último está reflejado en los Términos de Spotify, estos están escritos de una manera en la que

---

<sup>131</sup> Iñigo de la Maza Gazmuri, “Contratos por Adhesión: Una mirada al caso estadounidense”, *Revista Chilena de Derecho Privado*, número 5, diciembre 2005, 11, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=370838862001>.

<sup>132</sup> Iñigo de la Maza Gazmuri, “Contratos por Adhesión: Una mirada al caso estadounidense”, *Revista Chilena de Derecho Privado*, número 5, diciembre 2005, 13, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=370838862001>.

<sup>133</sup> Iñigo de la Maza Gazmuri, “Contratos por Adhesión: Una mirada al caso estadounidense”, *Revista Chilena de Derecho Privado*, número 5, diciembre 2005, 15, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=370838862001>.

es notable que prevalecen los intereses de la compañía, el claro ejemplo es que se busca eximirlo de cualquier potencial responsabilidad por algún fallo en la plataforma. Y, sobre la aceptación específica, hay que mencionar que es muy probable, porque es una práctica cotidiana, que los músicos sepan que sus distribuidoras se están encargando de que su música esté en Spotify, pero desconozcan la literalidad de los Términos y Condiciones.

Los Tribunales de Estados Unidos comparten la misma visión de la de la doctrina; *si en el contrato se había expresado el consentimiento a través de la firma, el contrato era obligatorio*. No obstante, la herramienta para debatir estas posturas es el principio de *unconscionability*. Este principio es utilizado en el derecho contractual para debatir cláusulas abusivas y puede utilizarse en dos supuestos diferentes: 1) si durante la negociación debido al poder que tiene una de las partes, el firmante no tuvo otra opción significativa más que firmar ese contrato y 2) cuando alguna de las disposiciones es irracionalmente desfavorable para una de las partes.<sup>134</sup> Si el tribunal concede al reclamante este principio, el efecto que tiene es que deja sin efectos el contrato o la cláusula abusiva.<sup>135</sup>

Otro punto por considerar es la razón del uso de contratos de adhesión. Lo que explica la doctrina es que esto se debe a la estructura institucional, puesto que es más eficiente que una empresa tenga un solo formato en vez de estar haciendo un contrato cada vez que una nueva persona quiere acceder al servicio. La primera crítica a este punto es que el adherente está imposibilitado de conocer si el clausulado de competencia es diferente, puesto que i) o es una sola persona moral la que domina el mercado; ii) los formatos son iguales; iii) es complicado poder comparar el texto de los otros; o iv) el firmante no los entiende.<sup>136</sup> Así que, dicho lo anterior, los Términos y Condiciones parecieren cumplir con todos estos elementos, en los cuales los usuarios (tanto el público como los artistas) tienen que necesariamente aceptarlos si desean ser parte de los servicios y beneficios de Spotify. En especial porque, como se mencionó con anterioridad, la presente intermediadora domina el mercado de las plataformas *streaming* que ofrecen servicios de música. Es racional pensar que la mayoría de los artistas que buscan

---

<sup>134</sup> Iñigo de la Maza Gazmuri, “Contratos por Adhesión: Una mirada al caso estadounidense”, *Revista Chilena de Derecho Privado*, número 5, diciembre 2005, 27-29, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=370838862001>.

<sup>135</sup> Iñigo de la Maza Gazmuri, “Contratos por Adhesión: Una mirada al caso estadounidense”, *Revista Chilena de Derecho Privado*, número 5, diciembre 2005, 29, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=370838862001>.

<sup>136</sup> Iñigo de la Maza Gazmuri, “Contratos por Adhesión: Una mirada al caso estadounidense”, *Revista Chilena de Derecho Privado*, número 5, diciembre 2005, 15-25, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=370838862001>.

iniciar una carrera musical e incluso que ya tiene cierta popularidad, consideren necesario estar en la plataforma con mayor consumo o que, de otra forma, podría ser más tardado que sus contenidos lleguen a diversas audiencias. Por todo esto, es posible considerar que los términos y condiciones son un formato estandarizado de contrato.

Para concluir este capítulo cabe responder la pregunta sobre si las *plataformas streaming* están marcando *el inicio de una nueva era* en la que ya no se requerirán a las compañías discográficas. Después de lo analizado en este capítulo, es posible comentar que, sin duda, estas tecnologías han revolucionado la industria musical y la están impulsando a crear nuevos mecanismos digitales, los cuales han permitido que cada vez más personas tengan acceso a un catálogo variado de contenidos musicales y, viceversa, que los creadores de estas obras estén pudiendo tener visibilidad a nivel mundial.

Los cambios dentro de las industrias son sucesos constantes que han ocurrido a lo largo de los años y que seguirán ocurriendo en el futuro, sin embargo, estos cambios han sido en la manera de la presentación de la música y no tanto en las relaciones de los involucrados dentro de ésta. Evidentemente, las sociedades van cambiando y surgen nuevas exigencias, como la que se ha presentado a lo largo de este trabajo: la desproporcionada relación disquera-artista y la posibilidad de recuperar los derechos de los *master recordings*.

No obstante, como queda presentado en este capítulo, una de las formas para tener acceso al servicio de una plataforma *streaming* es por medio de una compañía o la distribuidora de una disquera, lo que demuestra que las disqueras continúan dentro del escenario de la industria como uno de los personajes principales. Difícilmente una plataforma pueda reemplazar todo el trabajo que hace un sello discográfico. Y a pesar, de que tienen similitudes, como que no hay margen de negociación en la celebración de un contrato discográfico —sobre todo cuando el compositor, cantante, productor, etc, está recién comenzando su carrera—, los servicios y beneficios que ofrecen los sellos discográficos van más allá de lo que los medios digitales pueden realizar. Por último y como punto de cierre, las plataformas no van a sustituir a las disqueras, porque sus mismos directores han declarado que no buscan hacerlo.<sup>137</sup>

---

<sup>137</sup> Ben Sisario, “Una nueva iniciativa de Spotify pone nerviosa a las disqueras,” *The New York Times*, 7 de septiembre de 2018, <https://www.nytimes.com/es/2018/09/07/espanol/spotify-acuerdos-disqueras-musica.html>.

## CONCLUSIONES

La industria musical está conformada, primordialmente, por dos sujetos: los artistas y las compañías discográficas. A lo largo de esta tesina se pudo observar que entre estos existe una relación de codependencia para obtener el resultado de un producto final: la grabación que es presentada al público. Sin embargo, quedó demostrado con los casos citados que los artistas consideran que existe un desbalance en sus relaciones con las disqueras y que esta inequidad deriva de las estipulaciones previstas dentro de los contratos discográficos.

Este trabajo responde a la pregunta de investigación ¿cuáles son los balances de derechos, entre creadores y compañías distribuidoras, que se establecen en el *copyright*, el derecho mexicano, y las plataformas de *streaming*? Para contestar se tuvo que hacer un análisis comparativo entre el sistema jurídico del *copyright*, los derechos de autor y explicar el funcionamiento de las plataformas *streaming*, así como los derechos que en estas se reconocen y conceden a los autores y compañías discográficas. En principio, se sostuvo la siguiente hipótesis: En vista que las plataformas *streaming* y el uso de otras tecnologías son una alternativa para los autores para no depender de las funciones de los sellos discográficos, los contratos discográficos deben contener cláusulas más flexibles de las que ponen actualmente y son requeridas por la ley para la restitución de los derechos cedidos.

Para comenzar con la descripción de lo estudiado en la tesina, es necesario recordar que para que una obra tenga protección tanto por el *Copyright* como por el Derecho de Autor se tienen que cumplir tres requisitos: a) la fijación de la obra en un medio tangible; b) la exteriorización de ésta, y c) que sea original. Es decir, para que la canción de cualquier músico esté protegida por alguna de estas normas, necesita estar 1) escrita o grabada en algún objeto, ya sean las partituras o la fijación de sonidos; 2) que la idea que tenía haya sido desarrollada y plasmada, por ejemplo, en las partituras, y 3) que tenga algún elemento que vuelva a su música única. También se precisó que el sistema de *Copyright* estadounidense tiene como finalidad la explotación comercial de la obra, mientras que el sistema de Derechos de Autor mexicano vela más por la protección de ésta y su autor.

Por un lado, el *Copyright* da mayor libertad a las partes para que negocien los términos de los contratos, por ejemplo, la temporalidad de transmisión de los derechos. Esto debido a que la ley de *Copyright* no fija tantos límites para esta transmisión. Aunque sí reconoce un plazo para solicitar de regreso los derechos cedidos, que es de 35 años. Sin embargo, ¿será necesario



que el artista tenga que esperar a que concluya este plazo para poder tomar decisiones sobre su composición? Posiblemente no, siempre y cuando se logren implementar supuestos en los que los artistas puedan recuperar sus derechos con anticipación. De igual manera, se comentó sobre la actual posibilidad de celebrar los *acuerdos 360*, en los cuales ya no se pacta la cesión de derechos, sino que ahora el artista es titular de los derechos de sus creaciones y únicamente le da un porcentaje del ingreso total a las discografías por el trabajo que realizaron, aunque en ocasiones las discografías terminan beneficiándose de más dado a lo que se definió como interés activo. Lo que imposibilita que el artista dependa cada vez menos de la disquera.

Por otro lado, el Derecho de Autor diferencia entre derechos morales y patrimoniales. Respecto a los primeros cabe mencionar que son una atribución que la norma jurídica le da al autor para que se le identifique con su obra y ésta no pueda ser alterada sin su consentimiento, además, de que es permanente y, sobre los segundos, es la facultad que tiene el autor de explotar de manera exclusiva sus obras o a que decida quién podrá explotarlas, sujeta a que no puede menoscabar los derechos morales. A diferencia del Derecho mexicano, el estadounidense no tiene una regulación rigurosa sobre los derechos morales, por lo que, si bien es cierto que en ambos se le acredita valor al autor de la obra, el ordenamiento jurídico del Estado mexicano otorga mayores facultades a éste para oponerse ante el titular de los derechos patrimoniales y poder proteger su obra, en este caso, su canción. Por ejemplo, el músico puede exigir el respeto de su obra e incluso oponerse a cualquier deformación o modificación de ella, así como toda acción que cause demérito de la obra o un perjuicio a su reputación (Fracción III del artículo 21). Así, si el editor del fonograma hace una fijación de su canción, que no es de agrado del compositor, éste puede oponerse y por mandato de Ley, el editor no podría explotar su trabajo, aunque éste goce de los derechos patrimoniales.<sup>138</sup> No obstante, realizar esta clase de acciones igual puede resultar perjudicial para el autor, pues, probablemente, ningún otro productor querrá trabajar con éste, si va a hacer uso de estos recursos para evitar la explotación de la obra. Lo mejor sería que todo este tipo de condiciones se pactaran con anticipación dentro del contrato que celebrarían las partes.

Sobre este mismo punto, cabe señalar que la misma ley reconoce derechos a los productores de fonogramas (y/o los editores), los cuales reciben la denominación de derechos

---

<sup>138</sup> Esto conforme a la interpretación de la Ley, sin embargo, en el contrato puede pactarse otros acuerdos.

conexos. Este tipo de derechos faculta al titular a oponerse al uso del trabajo que éste haya realizado, pero no puede oponerse ante un cambio en la obra en general. Además, en la ley de Derechos de Autor se regulan ciertas disposiciones sobre el contrato de edición obra musical, como que se tiene que inscribir en el Registro Público de Derechos de Autor. Es por todo lo anterior que es posible afirmar que el sistema jurídico de Derechos de Autor tiene mayores disposiciones jurídicas que velan la protección de los sujetos que intervienen en la industria musical al *Copyright*.

Ahora, si bien es cierto que artistas como Taylor Swift que cedieron sus derechos ya no son titulares de estos y, por tanto, ya no podrían reclamar su regreso. También es cierto que establecer cláusulas que les impida formar parte de las decisiones sobre el trabajo que ellos realizaron es un acto excesivo, por lo que considerar supuestos en los que se pueda solicitar el regreso no debe ser una idea descabellada. Por el contrario, aseguraría que estas empresas tengan que cuidar su relación con el motor de su operación (los artistas); si el artista no crea música, la disquera no tiene con qué trabajar. Y, al mismo tiempo, si el interés del artista es generar álbumes y ser escuchado, necesitará de un sello. Por lo que resulta importante que se siga impulsando a que estos generen contenido y que éste sea consumible por el público, si es que ambos desean seguir funcionando dentro de la industria musical. La restitución de los derechos cedidos es un incentivo, tanto para la disquera como para el artista, para conservar una relación que les permita seguir colaborando y buscar evitar futuros conflictos.

Asimismo, se analizó el funcionamiento y derechos que las plataformas *streaming* les dan a los artistas, en específico el caso de Spotify por ser la plataforma con mayor presencia mundial. Algunos podrían considerar que las plataformas pueden llegar a ser una alternativa para que el artista dé a conocer su música sin la intervención de una compañía discográfica. De hecho, se pudo observar que los autores le conceden a Spotify sólo una licencia no exclusiva de uso. Es decir, no recibe ningún derecho de propiedad ni de *copyright* sobre la obra, por lo que, si Taylor Swift o Prince (si siguiera vivo) se hubieran suscrito a Spotify antes de firmar contratos con Big Machine Records (en el caso de Taylor) y con Warner Music (en el caso de Prince), estos ahorita serían los titulares de sus canciones. Sin embargo, cabe mencionar que los Términos y Condiciones muestran que la manera de publicar música dentro de estas plataformas es por medio de distribuidoras independientes o de disqueras, por lo que, es difícil poder ver el escenario de la industria musical sin las compañías.

Así que, podría comentarse que Spotify funciona como opción para artistas que recién inician su carrera musical, de esta manera pueden darse a conocer y ganar cierta popularidad o al menos un número de oyentes que le permita atraer la atención de algunas casas productoras y le ofrezcan celebrar un contrato con algún sello discográfico. También es un medio para aquellos artistas que ya están posicionados dentro de la industria (Christian Nodal, por ejemplo) y no tiene contratos vigentes con alguna compañía, para que puedan continuar produciendo contenido y publicarlo en este medio y así su audiencia tenga acceso a ellos. En ambos casos la plataforma *streaming* es un intermediario para que los artistas puedan presentar su música, es el actual medio con mayor alcance al público. Sin embargo, difícilmente podrá sustituir todas las funciones de una discografía.

Respecto a la discusión sobre si el conflicto deriva únicamente de las relaciones entre particulares y por ello no debería haber una reforma a las leyes (tanto del Copyright como de Derechos de Autor), existen autores como Patry que sostienen que en vez de crear más derechos, se necesitan mecanismos que permitan la interacción entre personas respecto a obras protegidas por el copyright. Si bien es cierto que en grande medida las relaciones entre particulares se rigen por contratos y que estos pueden negociar los términos en que se van a obligar, también hay que señalar que la mayoría de estos son celebrados cuando el artista recién comienza su carrera, por lo que están en una posición desproporcionada frente a la disquera. Esto, porque, a veces, no están lo suficientemente informados sobre las implicaciones y consecuencias de sus contratos, así como el margen de negociación con las disqueras es bajo o casi nulo, por lo que terminan aceptando los tratos que les ofrecen sin conocer o entender el contenido del clausulado y las obligaciones estipuladas en estas. Por lo anterior, cabe preguntarse si la falta de regulación o establecimiento de disposiciones jurídicas en las leyes ha provocado este desbalance dentro de la industria musical, en específico, si la falta de normas ha permitido a las disqueras crear cláusulas que transgreden derechos de autor. Debido a esto último, también hay que cuestionarse si para equilibrar la balanza hay que implementar algún mecanismo que permita al artista posicionarse ante situaciones en las que se encuentre en desventaja y si la manera de hacerlo es por medio de un cambio en la ley o alguna otra herramienta.

Este trabajo propone que las cláusulas de los contratos discográficos deberían flexibilizarse en determinados supuestos, de tal manera que el artista pueda recuperar sus derechos sin tener que caer en algún supuesto de incumplimiento del contrato. Por ejemplo,

cuando se busca vender las canciones y que la venta pueda resultar perjudicial para el autor de la obra en términos económicos, reputacionales y/o pueden llegar a afectar la obra. De esta manera, el artista podría presentar un recurso para oponerse a la venta. Para lograr ejecutar esta propuesta, el cambio tiene que ser en la ley, dentro de las interacciones de los sujetos involucrados y en los Tribunales que pudiesen llegar a resolver este tipo de disputas. En la ley, porque de esta forma podrían fijarse los supuestos para solicitar la restitución. En las relaciones entre particulares para evitar abusos dentro de la industria. Y en los Tribunales para fijar criterios que permita a las partes conocer cuándo uno de estos supuestos es aplicable.

Finalmente, se pudo observar que ambos sistemas jurídicos conceden protección al artista y prevén incentivos para que los autores sigan creando obras que, a la vez, las puedan explotar económicamente. No obstante, también es cierto que cada vez más artistas han mostrado su inconformidad con el uso de las disqueras, por lo que, si no se realiza un cambio dentro de la industria, posiblemente, el motor principal de esta máquina logre alcanzar sus objetivos por medio de otros recursos y sacar a los sellos discográficos de la ecuación.

## FUENTES CONSULTADAS

- Agencia Reforma. “Christian Nodal podría ser vetado,” *Los Angeles Times Entretenimiento*. 6 de noviembre de 2021. <https://www.latimes.com/espanol/entretenimiento/articulo/2021-11-06/nodal-podria-ser-vetado>.
- Cabrera Martínez, Daniel. “Consumo de Música Vía *Streaming* en 2021.” *The Competitive Intelligence Unit*. 17 de enero de 2022, <https://www.theciu.com/publicaciones-2/2022/1/17/consumo-de-msica-va-streaming-en-2021?rq=spotify>.
- Christian Nodal (@nodal), “#NodalLibre”, Instagram, 9 de noviembre de 2021, <https://www.instagram.com/p/CWE-cgNJqVv/>
- Davis, Glenton. “When Copyright is Not Enough: Deconstructing Why, as the Modern Music Industry Takes, Musicians Continue to Make”. *Chicago-Kent Journal of Intellectual Property*, 16, núm. 373 (21 de junio de 2017): 373-407. <https://scholarship.kentlaw.iit.edu/ckjip/vol16/iss2/7>.
- De la Maza Gazmuri, Iñigo. “Contratos por Adhesión: Una mirada al caso estadounidense.” *Revista Chilena de Derecho Privado*, número 5, diciembre 2005: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=370838862001>.
- Huerta Rodríguez, Efrén. “Fonograma, continente de talento y derechos.” En *Derecho de la Propiedad Intelectual*, coord. Gabriel Larrea Richerand y Ricardo E. Larrea Soltero. México: Porrúa, 2012.
- Leo Leoni productor e ingeniero en sonido en un artículo, en exclusiva para Industria Musical. *Industriamusical*. “¿Qué hace un Productor Musical?.” *Industria Musical*. Consultado el 16 de noviembre de 2021. <https://industriamusical.com/que-hace-un-productor-musical/>.
- Matus, Daniel. “Apple Music vs. Spotify: ¿cuál es el rey de la música en streaming?.” *digitaltrends ES*. 10 de mayo de 2022. <https://es.digitaltrends.com/celular/spotify-vs-apple-music/>.
- Moo, Kamal. “What to look out for if you’ve been offered a record deal.” *Music Connection*. 24 de mayo de 2021. <https://www.musicconnection.com/what-to-look-out-for-if-youve-been-offered-a-record-deal/>.
- Newman, Melinda. “Inside Prince’s Career-Long Battle to Master His Artistic Destiny.” *Billboard*. 28 de abril de 2016. <https://www.billboard.com/music/features/prince-battle-to-control-career-artist-rights-7348551/>.
- Nieto, Maite. “Kanye West se declara ahora en guerra contra la industria de la música.” *El País*. 17 de septiembre de 2020. <https://elpais.com/gente/2020-09-17/kanye-west-se-declara-ahora-en-guerra-contra-la-industria-de-la-musica.html>.

- Orús, Abigail. “Número de suscriptores de servicios de música en streaming a nivel mundial durante el segundo trimestre de 2021, por plataforma.” *Statista*. Consultado el 20 de mayo de 2022. <https://es.statista.com/estadisticas/942349/principales-plataformas-de-musica-en-streaming-del-mundo-segun-suscriptores/>.
- Passman, Donald S. *All You Need to Know About the Music Business*. Nueva York: Simon & Schuster, 2019.
- Patry, William. “Why We Need to Fix Our Copyright Laws.” *How to Fix Copyright*. Nueva York: Oxford University Press, 2011. 7-47.
- Ray, Michael. “‘Taylor Swift’ Britannica Singer-songwriters.” *Britannica*. Consultado el 6 de noviembre de 2021. <https://www.britannica.com/biography/Taylor-Swift>.
- Schulkin, Julieta. “¿Quiénes son y cómo funcionan las agregadoras de música a Spotify o Apple Music?.” *INFOBAE*. 8 de julio de 2018. <https://www.infobae.com/tecnologia/2018/07/08/quienes-son-y-como-funcionan-las-agregadoras-de-musica-a-spotify-o-apple-music/>.
- Serrano Jauregui, Iván. “Agregador digital, figura indispensable para la industria musical.” En la Conferencia Distribución digital en el nuevo ecosistema sonoro. *Universidad de Guadalajara Noticias*. 25 de mayo de 2018. <https://udg.mx/es/noticia/agregador-digital-figura-indispensable-para-industria-musical>.
- Sisario, Ben. “Una nueva iniciativa de Spotify pone nerviosa a las disqueras.” *The New York Times*. 7 de septiembre de 2018. <https://www.nytimes.com/es/2018/09/07/espanol/spotify-acuerdos-disqueras-musica.html>.
- Snapes, Laura. “Olivia Rodrigo: ‘I’m a teenage girl. I feel heartbreak and longing really intensely.’” *The Guardian*. 7 de mayo de 2021. <https://www.theguardian.com/music/2021/may/07/olivia-rodrigo-im-a-teenage-girl-i-feel-heartbreak-and-longing-really-intensely>.
- Spotify. “Qué es Spotify.” *Spotify*. Última actualización 15 de noviembre de 2021. Consultado el 5 de mayo de 2022. <https://support.spotify.com/es/article/what-is-spotify/>.
- Spotify. “Directrices para el usuario de Spotify.” Spotify Legal. Última actualización 9 de enero de 2021. Consultado el 21 de mayo de 2022. <https://www.spotify.com/es/legal/user-guidelines/>.
- Spotify. “¿Dónde está disponible Spotify?.” *Spotify*. Última actualización 26 de abril de 2022. Consultado el 15 de mayo de 2022. <https://support.spotify.com/es/article/where-spotify-is-available/>.

- Spotify. “Política de Copyright de Spotify.” Spotify Legal. Última actualización 17 de octubre de 2012. Consultado el 21 de mayo de 2022. <https://www.spotify.com/es/legal/copyright-policy/>.
- Spotify. “Términos y Condiciones de uso de Spotify for Artists.” Spotify Legal. Última actualización 1 de septiembre de 2021. Consultado el 16 de abril de 2022. <https://www.spotify.com/us/legal/spotify-for-artists-terms-and-conditions/>.
- Spotify. “Términos y Condiciones de uso de Spotify.” Spotify Legal. Consultado el 10 de abril de 2022. <https://www.spotify.com/es/legal/end-user-agreement/>.
- Spotify for Artists. “Cómo acceder a Spotify for Artists.” *Spotify*. Consultado el 16 de mayo de 2022. <https://artists.spotify.com/es-419/help/article/getting-access-to-spotify-for-artists?category=getting-started>.
- Spotify for Artists. “Cómo publicar música en Spotify.” *Spotify*. Consultado el 5 de mayo de 2022. <https://artists.spotify.com/es-419/help/article/getting-music-on-spotify?category=getting-started>.
- Spotify for Artists. “Regalías.” *Spotify*. Consultado el 21 de mayo de 2022. <https://artists.spotify.com/es-419/help/article/royalties?category=getting-started>.
- Stempel, Jonathan. “Paul McCartney settles with Sony/ATV over Beatles music rights”. *Reuters*. 30 de junio de 2017. <https://www.reuters.com/article/us-people-paulmccartney-idUSKBN19L2ET>.
- Stop The Breaks. “How Macklemore Went Platinum As An Independent Hip-Hop Artist.” *Stop The Breaks Independent Grind*. Consultado el 30 de abril de 2022. <https://www.stopthebreaks.com/independent-case-studies/how-macklemore-went-platinum-independent-hip-hop-artist/>.
- Strong, William S. *The Copyright Book. A Practical Guide*. Cambridge: The MIT Press, 2014.
- Taylor Swift (@taylorswift13) Twitter, 16 de noviembre de 2020, 4:55 pm. <https://twitter.com/taylorswift13/status/1328471874318311425?t=CTESnCa5fwYkVcyVhPfx8g&s=19>.
- Tilson, David., Carsten Sørensen y Kalle Lyytinen. Platform Complexity: Lessons from the Music Industry. 46<sup>th</sup> Hawaii International Conference on System Sciences, 2013.
- Vives, Judith. “¿Qué hace un productor musical?.” *La Vanguardia Junior Report*. 10 de septiembre de 2018. <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20180910/451722465568/produccion-musical-productor-exitos-musica.html>.
- Voytko, Lisette. “Here’s Why Taylor Swift Hates Scooter Braun So Much.” *Forbes*. 1 de julio de 2019. <https://www.forbes.com/sites/lisettevoytko/2019/07/01/heres-why-taylor-swift-hates-scooter-braun-so-much/?sh=64a91f542084>.

Ye (@kanyewest) Twitter, 18 de septiembre de 2020, 3:20 pm, [https://twitter.com/kanyewest/status/1307051810037927937?t=NdQK62HpS0UvEA\\_oHwYKmA&s=19](https://twitter.com/kanyewest/status/1307051810037927937?t=NdQK62HpS0UvEA_oHwYKmA&s=19).

## **FUENTES JURÍDICAS**

Código Civil Federal [CCF], Diario Oficial de la Federación [DOF] 26,-04-1928, últimas reformas DOF 11-01-2021 (Mex.).

COMUNICACIÓN PÚBLICA DE OBRAS. EL AUTOR DE UNA OBRA TIENE DERECHO A PERCIBIR LA REGALÍA QUE CORRESPONDA POR TODO ACTO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA MISMA. Primera Sala de la Suprema Corte de Justicia [SCJN]. Gaceta del Semanario Judicial de la Federación. Décima Época, Tomo IV, Agosto de 2014, Tesis 1a. XII/2020 (10a.), página 3043.

Convención de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas. 28 de septiembre de 1979. TRT/BERNA/001.

Copyright Law of the United States and Related Laws Contained in Title 17 of the United States Code, 17, U.S.C §§ 101-205.

Easter Seal Society for Crippled Children and Adults of Louisiana, Inc v. Playboy Enterprises, et. Al, No. 85-374, (5<sup>th</sup> Cir. 1987), 815 F.2d 323.

Ley Federal del Derechos de Autor (LFDA), Diario Oficial de la Federación [DOF] 24-12-1995, últimas reformas DOF 01-07-2020. (Mex.).

United States Copyright Office. “Copyright Basics Circular 1”. 7. Consultado el 23 de agosto de 2022. <https://www.copyright.gov/circs/circ01.pdf#page=3>.