VERSIÓN 9
Código: J-A-004

OFICINA ASESORA JURÍDICA

POLÍTICA OPERACIONAL PROPIEDAD © INTELECTUAL

Instrumento para la protección, gestión y salvaguarda de activos intangibles del Sistema de Medios Públicos del Estado Colombiano.

ÍNDICE

01 *FUNDAMENTACIÓN*

Naturaleza y Objetivo _____ **03**

Principios de Actuación _____ **03**

02 *ARQUITECTURA OPERATIVA*

Macro-Roles Institucionales ____ **04**

Confluencia de Derechos 360° **05**

03 *MARCO CONCEPTUAL*

Dimensiones de Gestión PI _____ **06**

Fundamentos Normativos _____ **06**

04 *DERECHO DE AUTOR*

Conceptos y Requisitos _____ **07**

Tipología de Obras _____ **08**

Morales vs. Patrimoniales _____ **09**

Vigencia y Transferencia _____ **10**

Gestión Colectiva _____ **11**

Excepciones y Limitaciones ____ **12**

Compilación de Presunciones **13**

Activos Atípicos _____ **14**

Registros Simples _____ **15**

05 *PROPIEDAD INDUSTRIAL*

Concepto y Activos _____ **16**

Signos Distintivos _____ **17**

Espectro de Distintividad _____ **18**

Concepto de Uso Marcario _____ **19**

Ambush Marketing _____ **20**

Diseños Industriales _____ **21**

Secretos Industriales _____ **22**

Patentes de Invención _____ **23**

06 *IMAGEN*

Definición y Marco Legal _____ **25**

Roles _____ **25**

Protección Especial _____ **26**

Excepciones _____ **26**

Deber de Actualización _____ **26**

07 *ENTORNO DIGITAL*

El Ecosistema Digital _____ **27**

Contrato de Acceso _____ **27**

Trazabilidad e Integridad _____ **27**

Medidas de Protección _____ **27**

Nombres de Dominio _____ **28**

Deber de Actualización _____ **28**

Responsabilidades _____ **28**

Neutralidad y Seguridad _____ **28**

08 *OBSERVANCIA Y DEFENSA*

Infracciones y Defensa Legal **29**

Responsabilidades y Criterios de Actuación **30**

"Las copias impresas de este documento se consideran no controladas. Para verificar la versión vigente consulte el Sistema Integrado de Gestión."

09. ANEXOS TÉCNICOS

Titulares de derechos _____ **31**

Tipos de Obras y Creaciones _____ **32**

Explotación y Transferencias _____ **33**

Conceptos Técnicos y operativos _____ **35**

Activos protegibles por su uso industrial _____ **36**

"Las copias impresas de este documento se consideran no controladas. Para verificar la versión vigente consulte el Sistema Integrado de Gestión."

"Las copias impresas de este documento se consideran no controladas. Para verificar la versión vigente consulte el Sistema Integrado de Gestión."

NATURALEZAYOBJETIVO

ACERCA DE ESTE DOCUMENTO

El presente documento tiene como propósito proporcionar una estructura de conocimiento para la comprensión de los activos de propiedad intelectual propios y de terceros que concurren en el desarrollo de la misión de RTVC. En este marco, la presente política operacional es proyectada por la Oficina Asesora Jurídica (OAJ), en atención a su experticia técnica y al alto componente jurídico y normativo de la materia, con el fin de estructurar criterios, lineamientos e instrumentos armonizados con la legislación nacional, los tratados internacionales aplicables y la protección de los activos intangibles del Sistema de Medios Públicos.

OBJETIVO

Blindaje jurídico de la producción, uso y adquisición audiovisual y sonora en todas las plataformas de la entidad

La Propiedad Intelectual es el eje transversal que orienta la cadena de valor del entretenimiento en el Sistema de Medios Públicos.

ALCANCE

El seguimiento a la ejecución de la presente política es ejercido por la Coordinación de Planeación, en el marco de sus funciones de articulación, documentación y acompañamiento institucional. En este sentido, las áreas misionales, subgerencias y dependencias competentes deberán aplicar obligatoriamente los lineamientos establecidos e informar a la Coordinación de Planeación los avances necesarios para documentar su implementación.

PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN INSTITUCIONAL

ORIGINALIDAD
Reconocimiento al vínculo personal entre el creador y su creación.

INDEMNIDAD
Garantías sólidas frente a terceros.

SEGURIDAD
Gestión de verificación previa al uso y explotación.

"Las copias impresas de este documento se consideran no controladas. Para verificar la versión vigente consulte el Sistema Integrado de Gestión."

BUENA FE

Actuar honesto y leal en respeto a la autoría, la normativa y prácticas comerciales.

REGISTRO Y TRAZABILIDAD

Documentar y formalizar y realizar un seguimiento continuo de la titularidad de los activos intangibles.

INDEPENDENCIA DE DEREHOS

Autorización previa, expresa y específica por cada modalidad de explotación.

"Las copias impresas de este documento se consideran no controladas. Para verificar la versión vigente consulte el Sistema Integrado de Gestión."

MACRO-ROLESINSTITUCIONALES

RTVC asume múltiples roles estratégicos a lo largo de la cadena de valor de los contenidos multiplataforma, los cuales implican el reconocimiento y la gestión de derechos y obligaciones derivados del régimen de propiedad intelectual.

GENERADOR DE CONTENIDOS

Como **productor** RTVC asume la iniciativa y la responsabilidad legal y económica de la creación.

Tiene la función de idear y desarrollar directamente, o a través de terceros bajo su dirección e instrucción, diversos formatos para sus canales.

ORGANISMO DE RADIODIFUSIÓN

Como **Organismo de Radiodifusión**, RTVC actúa como el canal que emite señales de audio y video. En esta calidad, goza de derechos exclusivos sobre sus emisiones, lo que le permite autorizar o prohibir la retransmisión y grabación de sus señales.

COPRODUCTOR Y SOCIO ESTRATÉGICO

La **Coproducción** implica compartir riesgos e inversiones en la creación de una obra audiovisual, derivando en una titularidad compartida bajo acuerdos de explotación proporcional y colaborativa

CUSTODIO DEL PATRIMONIO

A través de **Señal Memoria**, RTVC ejerce el deber de conservar, catalogar y difundir la memoria sonora y audiovisual del país y asegurando su preservación histórica.

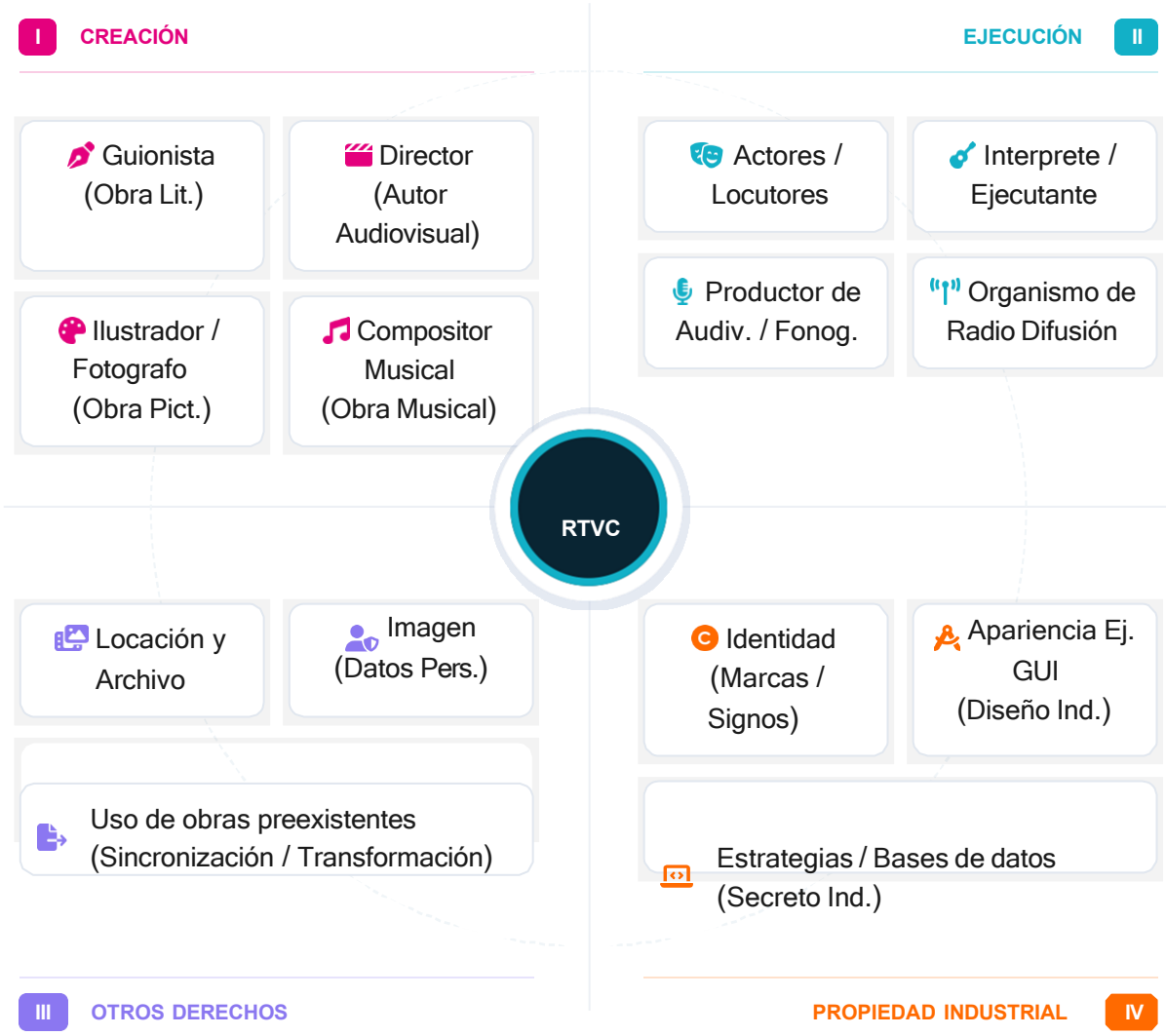
ROL DE ADQUIRENTE

RTVC actúa como consumidor en el mercado artístico como licenciatario (autorizaciones temporales) o adquirente permanente con el propósito de fortalecer y diversificar su oferta de programación en los distintos canales y plataformas

GESTOR DE IDENTIDAD

Como **Gestor de Identidad**, administra las marcas, logos y eslóganes que identifican sus canales y productos, gestionando su registro y defensa bajo el régimen de Propiedad Industrial.

CONFLUENCIADEDERECHOS



CONFLUENCIA DE ACTIVOS Y DERECHOS 360°

RTVC es el punto de gravitación donde el **Derecho de Autor y Derechos Conexos** (Cuadrantes I y II), la **Propiedad Industrial** (Cuadrante III) y **Otros Derechos y Factores Críticos** (Cuadrante IV) convergen. Este esquema representa la integración de múltiples capas legales que deben gestionarse de manera estratégica para garantizar la seguridad jurídica del contenido y su libre explotación institucional.

LAPROPIEDADINTELECTUAL

Protege las creaciones del intelecto humano y el esfuerzo de innovación, dividiéndose en dos grandes sistemas complementarios:

DERECHO DE AUTOR & DERECHOS CONEXOS

Obras literarias, artísticas y científicas.

Obras y Prestaciones (Interpretaciones y ejecuciones) que materializan el intelecto humano. Ambos salvaguardan exclusivamente la expresión creativa original, amparando la forma particular en que estas se exteriorizan pero nunca las ideas, métodos o conceptos subyacentes.

PROPIEDAD INDUSTRIAL

Protege elementos estratégicos que consolidan ventajas competitivas y diferencian productos o servicios en el mercado y otorga derechos exclusivos para su explotación comercial o industrial, como invenciones técnicas: patentes, diseños industriales: apariencia de productos y signos distintivos: marcas

FUNDAMENTOS NORMATIVOS

MARCO INTERNACIONAL (OMPI)

Convenio de Berna: Protección de obras literarias y artísticas.
Convención de Roma: Artistas intérpretes y organismos de radiodifusión.
TODA y TOIEF: Derecho de autor y los derechos conexos frente a los desafíos del entorno digital.
ADPIC: Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio.

NORMATIVA REGIONAL (CAN)

La normativa de la Comunidad Andina es de aplicación directa, se integra al ordenamiento nacional desde su publicación, sin requerir ley interna de incorporación, y prevalece sobre la legislación nacional.

Decisión 351 de 1993: Régimen Común sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos.
Decisión 486 de 2000: Régimen Común sobre Propiedad Industrial.

LEGISLACIÓN NACIONAL

Constitución Política (Art. 61): Protección estatal de la propiedad intelectual.
Ley 23 de 1982: Ley primaria de Derecho de Autor en Colombia.
Ley 44 de 1993: Sociedades de Gestión Colectiva de Derecho de Autor o de Derechos Conexos.
Ley 256 de 1996: Regula la libre y leal competencia económica.
Decreto 162 de 1996: Sociedades de Gestión Colectiva de Derecho de Autor o de Derechos Conexos.

LEGISLACIÓN NACIONAL

Constitución Política (Art. 61): Protección estatal de la propiedad intelectual.
Ley 1403 de 2010 (Ley Fanny Mikey): Para actores y artistas audiovisuales.
Ley 1450 de 2011: Presunción de transferencia en contratos de obra por encargo.
Ley 1493 de 2011: Formalización y promoción de las artes escénicas.
Decreto 2264 de 2014: Sistema de indemnizaciones preestablecidas de Signos Distintivos.
Ley 1835 de 2017 (Ley Pepe Sánchez): Derecho irrenunciable a recibir regalías y remuneración equitativa
Ley 1915 de 2018: Ajustes para el entorno digital, excepciones y obras huérfanas.
Decreto 370 de 2026: Sistema de indemnizaciones preestablecidas de derechos de autor y derechos conexos.

DERECHO DE AUTOR

El derecho de autor abarca las creaciones literarias (como libros, artículos y software), artísticas (como pinturas, fotografías, esculturas y coreografías) y científicas (como textos que presentan el desarrollo de investigaciones). La protección nace con su creación, sin necesidad de registro, y es independiente de su mérito o valor estético. Para que una obra sea susceptible de protección legal, debe reunir tres requisitos fundamentales:

ORIGINALIDAD

Debe incorporar un esfuerzo creativo que supere la mera ejecución técnica y expresar las ideas de una forma particular, que refleja la impronta del autor, distinta de obras preexistentes.

CREACIÓN INTELECTUAL

Exige que la obra sea resultado del pensamiento, sensibilidad e ingenio de un **humano.**

MATERIALIZACIÓN

Debe plasmarse en un soporte físico o digital de manera que pueda percibirse, reproducirse o difundirse por cualquier medio.

DERECHOSCONEXOS

Protege las prestaciones de personas o empresas que desempeñan un papel fundamental en su representación o divulgación al público.

- **Artistas intérpretes o ejecutantes:** Actores, cantantes, músicos, locutores, bailarines sobre sus interpretaciones.
- **Productores de fonogramas:** Quien realiza la primera fijación (grabación) de los sonidos de una ejecución (el master o disco matriz).
- **Organismos de radiodifusión:** Empresas de radio o televisión que poseen derechos exclusivos sobre su señal de emisión, independientemente de si el contenido transmitido es propio o ajeno.

TIPOLOGÍADEOBRAS:AUTORESYORIGEN

La normatividad categoriza las obras basándose en la naturaleza de su gestión creativa, su autoría y su estado de divulgación. Esta clasificación determina el régimen de titularidad aplicable a RTVC.

I. POR SU AUTORÍA

OBRA INDIVIDUAL
Producida por una sola persona natural.

OBRA EN COLABORACIÓN
Creada conjuntamente por dos o más personas naturales cuyos aportes no pueden separarse sin afectar la obra.

OBRA COLECTIVA
Producida por un grupo de autores, bajo coordinación de una persona sea Natural o Jurídica que la divulga bajo su nombre.

I. POR SU ORIGEN

OBRA ORIGINARIA
Aquella primitivamente creada, sin basarse en otra preexistente.

OBRA DERIVADA
Resulta de la adaptación, traducción o transformación de una original (ej. película basada en novela).

OBRA HUÉRFANA
Obra protegida cuyo titular no ha sido localizado tras una búsqueda diligente (Reto para Señal Memoria).

I. OTROS ESTADOS

ANÓNIMA / SEUDÓNIMA
Donde no se menciona el nombre del autor o se oculta tras un seudónimo.

INÉDITA
Aquella que no ha sido dada a conocer al público.

PÓSTUMA
Publicada solo después de la muerte de su autor.

PRESUNCIÓN DE TRANSFERENCIA
Cuando la entidad coordina múltiples aportes creativos y técnicos bajo su propia iniciativa, al contratar directores, guionistas o locutores, la ley dispone que los derechos de explotación se entienden transferidos a RTVC para permitir la libre comunicación y distribución del contenido en sus canales.

IMPACTO EN LA CADENA DE DERECHOS

Identificar correctamente la tipología de la obra permite determinar quién debe firmar las autorizaciones de uso o transferencias de derechos, la duración de la protección y las limitaciones legales para su uso.

OBRAS HUÉRFANAS

Señal Memoria podrá usar obras huérfanas solo después de una búsqueda diligente, previa y documentada. Su uso deberá limitarse a fines culturales, educativos o de interés público, como digitalización, conservación y restauración.

DERECHOSMORALES VS.PATRIMONIALES

En el derecho de autor se protegen dos dimensiones, los derechos morales, ligados al vínculo personal del creador con su obra, y los derechos patrimoniales, relacionados con su uso y explotación económica.

1. DERECHOS MORALES: INTERESES PERSONALES

Son facultades de carácter extrapatrimonial, orientadas a proteger el vínculo espiritual y personal entre el autor y su obra. Según la legislación colombiana, estos derechos tienen una naturaleza **perpetua, inalienable e irrenunciable**.

Aunquela entidad adquirelos derechos para explotar el contenido, el autor conserva sus derechos morales.

PATERNIDAD

Derecho a ser reconocido siempre como autor y que su nombre figure en la obra.

INTEGRIDAD

Oponerse a cualquier deformación o modificación que afecte su honor o reputación.

INEDITUD

Decidir si la obra se publica no o si permanece anónima ante el público.

MODIFICACIÓN

Potestad de alterar la obra o retirarla, indemnizando perjuicios causados.

La dimensión de retracto o retiro, como expresión de los derechos morales del autor, se entiende como la facultad de suspender usos previamente autorizados o retirar la obra del acceso público. Sin embargo, no opera por la sola manifestación de voluntad del autor, sino que debe sujetarse a las condiciones legales aplicables, incluida la indemnización previa de los perjuicios que puedan causarse a quienes hayan adquirido derechos o efectuado inversiones sobre la obra.

2. DERECHOS PATRIMONIALES: EXPLOTACIÓN ECONÓMICA



Son derechos de naturaleza económica que permiten al titular autorizar o prohibir actos de aprovechamiento de la obra. A diferencia de los morales, estos son **transferibles, temporales y negociables**.

Herramienta Misional

Para RTVC, estos derechos son la base legal para cumplir su misión de informar y entretener, permitiendo el uso estratégico de contenidos en todas las ventanas convergentes del sistema.

I. LÍNEA DEL TIEMPO DE LA PROTECCIÓN

1. CREACIÓN

Materialización en soporte físico o digital de la obra o prestación. Protección automática sin registros.

2. TRANSCURSO

Vida del autor, artista o ejecutante. Plenitud de derechos para su uso y explotación.

3. PUNTO DE GIRO

i. Fallecimiento.
ii. Publicación oficial autorizada.

4. EXTENSIÓN

i. Autores, artistas y Herederos: Vida + 80a.
ii. Legatarios del autor: Vida + 50 años.
iii. Persona Jurídica: 70a desde publicación.
iv. Titular derivado del autor: Vida + 25 años.

5. DESTINO FINAL

Entrada al **Dominio Público**. Uso libre respetando derechos morales perpetuos.

Los Plazos de Protección Patrimonial varían según:

- **Autores, Artistas, Intérpretes y Ejecutantes (Personas Naturales):** La protección dura su vida más 80 años adicionales.
- **Obras en Colaboración:** El término de 80 años se cuenta desde el fallecimiento del último coautor sobreviviente.
- **Titulares Personas Jurídicas:** El plazo de protección es de 70 años contados desde la publicación. Si la obra no se publica dentro de los 50 años siguientes a su creación, el plazo cuenta desde su creación.

MECANISMOS DE TRANSFERENCIA PATRIMONIAL

El ecosistema de RTVC se blinda mediante la adquisición de activos protegibles por el derecho de autor o derechos conexos a través de tres vías fundamentales en las que se definen las modalidades de explotación, tiempo y territorio.

1. LICENCIAS DE USO

Autorización para realizar actos de explotación (como copiar, distribuir, emitir o transformar) sobre una obra o prestación, sin que el titular pierda el dominio sobre la misma.

2. CESIÓN DE DERECHOS

La cesión implica transferir la titularidad parcial o total derechos patrimoniales (actos de exploración) a un tercero, quien pasa a ser su nuevo titular, la cesión equivale a una venta o traspaso de derechos por el tiempo estipulado.

3. OBRAS POR ENCARGO.

Realizada en cumplimiento de un contrato laboral, o de prestación de servicios, mediante el cual una persona o empresa encarga la elaboración de una obra. Se presume que los derechos patrimoniales fueron transferidos al encargante, siempre que conste por escrito.

PRESUNCIONES EN LICENCIAS Y TRANSFERENCIAS (ART. 183)

Si en el contrato no se especifica la duración o territorio, la ley presume automáticamente que se da por cinco años y se limita al territorio donde se ejecuta.

LÍMITES

- *Es ineficaz transferir obras futuras de forma general o derechos para usos desconocidos al momento de firmar.*
- *La autorización para una forma de uso no se extiende a otras; por ejemplo, el permiso para televisión no presume el permiso para internet.*

SOCIEDADES DE GESTIÓNCOLECTIVA

En Colombia, las sociedades de gestión colectiva son organizaciones autorizadas por la **Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA)** para administrar los derechos de sus miembros, recaudar regalías y negociar licencias de manera centralizada.

SECTOR MUSICAL

SAYCO
Autores y compositores de obras musicales.

ACINPRO
Artistas intérpretes, ejecutantes y productores de fonogramas.

SECTOR AUDIOVISUAL

REDES SGC
Guionistas y libretistas (Ley Pepe Sánchez).

DASC
Directores audiovisuales (Ley Pepe Sánchez).

ACTORES SGC
Remuneración para actores (Ley Fanny Mikey).

EGEDA COLOMBIA
Productores de obras audiovisuales.

SECTOR EDITORIAL

CDR
Derechos reprográficos de autores y editores (fotocopiado y escaneado).

VALOR OPERATIVO

Estas entidades permiten que usuarios como RTVC obtengan licencias generales sin negociar individualmente con cada autor o titular de derechos, simplificando la gestión de derechos en la emisión masiva.

REPRESENTACIÓN PRIVADA

ACODEM
Representa a **editoras musicales**. Gestiona el derecho de **sincronización** (música incorporada en producciones).

PROMUSICA
Representa específicamente a los **productores de videos musicales y de fonogramas**.

Las Subgerencias y áreas misionales serán responsables de suministrar y validar la información sobre los usos de repertorios protegidos a su cargo, cuando esta sea requerida parala gestión antelas Sociedades de Gestión Colectiva y la

liquidación de las vigencias correspondientes.

EXCEPCIONES Y LIMITACIONES

Conjunto de disposiciones legales que permiten el uso de obras protegidas sin necesidad de obtener autorización previa ni pago de remuneración. Su propósito es equilibrar el derecho exclusivo del autor con el interés colectivo y el acceso a la cultura, educación e información.

EL EXAMEN DE LOS TRES PASOS

Condiciones simultáneas para la legitimidad del uso:

01 **Casos especiales:** Uso expresamente contemplado en la ley.

02 **No interferir:** No debe competir con la explotación normal de la obra.

03 **No causar perjuicio:** No lesionar injustificadamente los intereses del titular.

PRINCIPALES EXCEPCIONES APLICABLES EN EL ORDENAMIENTO COLOMBIANO

DERECHO DE CITA
Transcribir pasajes indicando siempre fuente y autor + examen de usos honrados.

FINES EDUCATIVOS
Ilustración para enseñanza sin fines de lucro.

PARODIA
Transformación sin confundir ni afectar integridad. (No aplica a la música)

USO PRIVADO
Reproducción de un ejemplar para uso personal.

USOS INCIDENTALES
Comunicación pública en acontecimientos de actualidad.

INFORMACIÓN
Noticias de actualidad y discursos públicos salvo reserva expresa.

OBRAS HÚERFANAS
Obra o prestación cuyo titular no está identificado o no ha podido localizarse tras una búsqueda diligente. Su uso se permite para fines de conservación, digitalización, restauración y acceso cultural o educativo.

EL CONCEPTO DE "USOS HONRADOS"

- ✓ No interfiere con la explotación normal.
- ✓ Conforme a las buenas costumbres.
- ✓ Justificado por el fin perseguido.

Ejemplo: *Breves extractos para enseñanza sin venta y acreditando fuente/autor.*

COMPILACIÓN TÉCNICA DE PRESUNCIONES

Herramientas normativas que suplen el silencio de las partes en el Derecho de Autor.

1. TIEMPO Y TERRITORIO (SILENCIO CONTRACTUAL)

Según el Art. 183 de la Ley 23 de 1982, ante el silencio en contratos de cesión o licencia, la ley dispone:

Límite de Tiempo: Se entiende limitada exclusivamente a 5 (cinco) años.

Límite Territorial: Se presume cedido solo para el país de transferencia (**Colombia**).

2. AUTORÍA Y TITULARIDAD

- **Regla del Nombre:** Se presume titular a quien aparezca indicado en créditos o etiquetas de la obra.
- **Vigencia:** Se presume que el derecho subsiste mientras la obra circule en el mercado.

3. TRANSFERENCIA (VÍNCULOS LABORALES Y ENCARGOS)

Ley 1450 de 2011: En obras por contrato de trabajo o prestación de servicios, los derechos patrimoniales se presumen transferidos a **RTVC** en la medida necesaria para sus actividades habituales.

REQUIERE CONTRATO POR ESCRITO PARA SER VÁLIDA.

4. OBRAS AUDIOVISUALES

Se presume que los derechos patrimoniales pertenecen al **Productor (RTVC)**. Los contratos con colaboradores implican la cesión de derechos de explotación.

5. SERVIDORES PÚBLICOS

Las obras creadas en cumplimiento de obligaciones legales son de propiedad estatal directa de la Entidad pública.

Excepción: No se incluyen en esta presunción las lecciones o conferencias dictadas por profesores.

6. EL PRINCIPIO DE TRATO NACIONAL (CONVENIO DE BERNA)

Igualdad y Nivel: Los autores extranjeros gozan en Colombia de los mismos derechos y nivel de protección que las leyes nacionales otorgan a los autores colombianos.

Prohibición: Impide regímenes que limiten beneficios o remuneraciones exclusivamente a residentes.

RECIPROCIDAD INTERNACIONAL

Gracias a este sistema, las obras producidas por RTVC reciben protección automática en los **179 países** integrantes del Convenio

ACTIVOSATÍPICOSPROTEGIDOS

1. CONTENIDOS TRANSMEDIA Y VIDEOJUEGOS
Concepto de "Protección Distributiva"

No se protegen como un todo único, sino a través de sus componentes individuales:

- **Software:** Código protegido como obra literaria.
- **Audiovisual:** Cinemáticas y animaciones.
- **GUI:** Interfaz como obra artística o diseño ind.
- **Narrativa:** Biblias de producción (obra literaria).

2. INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA)

COMO HERRAMIENTA
Si el humano usa IA como instrumento, la titularidad es del humano.

CREACIONES AUTÓNOMAS
Sin intervención humana directa, carecen de protección (Dominio Público).

** El software delaIA se protege siempre comoobraliteraria.*

3. BASES DE DATOS

Protege la **forma de organización** y selección original. Puede protegerse como secreto industrial si tiene valor comercial.

4. OBRAS DE ARTE APLICADO

Creaciones artísticas en objetos útiles (joyería, muebles). Protección dual: **derecho de autor** (arte) + **diseño industrial** (forma estética).

5. OBRAS AUDIOVISUALES
La Obra como Unidadde Derechos

Se protegen como una unidad de creación, pero con derechos independientes para sus autores principales:

- **Director:** Autor principal y coordinador de la visión artística.
- **Guionista:** Autor del argumento, adaptación y diálogos.
- **Compositor:** Autor de la música creada expresamente.
- **Dibujante:** (En animación) Autor de los diseños base.

ACTIVOSATÍPICOS:REGISTROSSIMPLES

MERAS GRABACIONES Y FIJACIÓN

Una mera grabación es el registro técnico de un hecho real o evento en vivo, sin una creación original que refleje la personalidad del autor. Aunque pueda tener producción compleja, su finalidad es captar o transmitir la realidad, no construir una obra audiovisual con narrativa, dirección o expresión creativa propia.

DERECHOS CONEXOS

A diferencia de una obra, la mera grabación no exige originalidad autoral; se protege por Derechos Conexos, resguardando el soporte técnico o la señal, sin importar el origen del contenido.

Poseen **un esfuerzo artístico y originalidad** en encuadre o iluminación. El autor goza de derechos morales y patrimoniales.

> *La cita de una fotografía debe realizarse en una calidad que no sustituya la obra original ni afecte su explotación económica. Por ello, el uso de versiones de baja resolución o con marca de agua puede ser admisible.*

MERAS FOTOGRAFÍAS

Capturas técnicas de hechos, sin aporte artístico. (ej: cámaras de seguridad o fotos de documentos).

⚠ *No gozan de la misma protección que las obras artísticas, pero su uso requiere respeto a los derechos de imagen de los retratados.*

MERAS NOTICIAS

La distinción fundamental entre la **simple información de hec**

DEFINICIÓN DE "MERA NOTICIA"

Descripción objetiva de acontecimientos de actualidad. Al limitarse a narrar la realidad, **no son obras protegidas** por derecho de autor. Ej: notas leídas sin aporte creativo adicional.

OBRA PERIODÍSTICA (PROTEGIDA)

Artículos de investigación, crónicas o programas de opinión. Sí están protegidos por involucrar:

- ✓ Nivel de investigación documental.
- ✓ Aporte de opinión del autor.
- Creación intelectual original.

CRÉDITOS COMO BUENA PRÁCTICA

La citación debe incluir autor y título de la obra, fuente y año, y nombre del titular patrimonial.

INDEPENDENCIA DE DERECHOS

Cada derecho patrimonial debe autorizarse de forma independiente. Por ello, la autorización para comunicar una obra audiovisual en televisión no implica, por sí sola, autorización para su uso en

PROPIEDADINDUSTRIAL

1. CONCEPTO

La Propiedad Industrial es la rama de la propiedad intelectual que otorga derechos exclusivos sobre las creaciones del intelecto humano vinculadas directamente con la industria y el comercio. A diferencia del derecho de autor, se enfoca en la protección de la **innovación técnica**, la **identidad comercial** y la **apariencia estética** de los productos.

Para RTVC, esta gestión garantiza la soberanía sobre su identidad corporativa (marcas y logos) y protege los desarrollos técnicos y metodológicos multiplataforma.

VALOR ESTRATÉGICO

A través del registro ante la **SIC**, la entidad impide el uso no autorizado de sus activos, asegurando ventaja competitiva y confianza ciudadana.

2. RELACIÓN DE ACTIVOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

CATEGORIA	OBJETIVO DE PROTECCIÓN	REQUISITO CLAVE	DURACION (COL)
Signos Distintivos	Identidad y diferenciación de canales (ej. Señal Colombia).	Distintividad	10 años (Renovables)
Diseños Industriales	Apariencia estética u ornamental (ej. set o empaque).	Novedad	10 años
Patentes	Función técnica o solución a un problema ("cómo funciona").	Nivel Inventivo	20 / 10 años
Secreto Industrial	Información confidencial (algoritmos o estrategias).	Confidencialidad	Indefinida

3. PILARES DE GESTIÓN

TERRITORIALIDAD

Válidos únicamente en el país donde se registran oficialmente.

REGISTRO OBLIGATORIO

El derecho nace con la concesión del título por la autoridad (SIC) **Excepto el secreto**.

PRIORIDAD

Derecho a reclamar protección internacional tras la primera solicitud.

SIGNOSDISTINTIVOS

Los signos distintivos son elementos perceptibles sensorialmente que permiten identificar productos o servicios en el mercado y diferenciarlos de los de la competencia. Son fundamentales para garantizar la soberanía sobre la **identidad institucional** y evitar confusiones.

1. TIPOS DE SIGNOS DISTINTIVOS

MARCA

Distingue productos, servicios o proyectos buscando recordación en el consumidor.

NOMBRE COMERCIAL

Identifica la actividad económica o establecimiento. Nace con el uso público y continuo.

LEMA COMERCIAL

Frase o leyenda complemento de marca (ej. "La radio pública de Colombia").

ENSEÑA COMERCIAL

Identifica específicamente el establecimiento de comercio (el local físico).

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

Signo utilizado para productos que tienen un origen geográfico concreto y cuya reputación se debe a ese lugar. Ej. Café de Colombia

DENOMINACIONES DE ORIGEN

Un tipo especial de indicación donde la calidad del producto se debe exclusiva o esencialmente al medio geográfico, incluyendo factores naturales y humanos. Ej. Bocadillo Vleño

2. CLASIFICACIÓN POR REPRESENTACIÓN

NOMINATIVAS

TEXTO

Palabras, letras o números sin diseño.

FIGURATIVAS

Logotipos puros o diseños sin palabras.

MIXTAS

ABC

Combinación de gráficos y texto.

NO TRADICIONALES

Sonidos, olores, táctiles y 3D (empaques).

Los derechos sobre el nombre comercial nacen del uso; las marcas, del registro.

SECCIÓN 05 // SIGNOS DISTINTIVOS

DISTINTIVIDADYDERECHOS

3. TERMÓMETRO DE DISTINTIVIDAD (ESPECTRO DE SOLIDEZ)

MAXIMA PROTECCION — MEDIA — NULA

MARCAS SÓLIDAS

Palabras inventadas "de Fantasía": *Creados por la imaginación que carecen de un significado real.*

Arbitrarias: *Son palabras con un significado conocido, pero que no guardan ninguna relación lógica con lo que anuncian*

Ej. *Apple- Computadores/ Sol- Chocolates.*

MARCAS NEUTRALES

Marcas Evocativas: *Remiten a la naturaleza, calidad o atributos sin describirlos directamente, exigiendo un esfuerzo de la imaginación.*

Ej. *Radionica = Radio + electrónica / Klim = Milk (Leche en Inglés y al revés)*

MARCAS DÉBILES

Marcas Descriptivas: *Son aquellas que se informan sobre las características del producto/servicio (calidad, cantidad, función, lugar de origen, etc.)*

Ej. *Radio Nacional de Colombia*

NO PROTEGIBLES

Marcas Genéricas: *Son nombres comunes del producto o servicio y, en principio, no son registrables. Si se combinan con logo sus otros elementos, podrían registrarse, pero con distintividad débil.*

Ej. *sila.com para Silas.*

4. REQUISITOS DE REGISTRO

- **Distintividad:** El signo debe ser apto para identificar y diferenciar productos o servicios, evitando términos genéricos o exclusivamente descriptivos o similares a los de terceros.
- **Representación Gráfica:** Debe ser susceptible de expresarse visualmente (palabras, imágenes, sonidos o colores delimitados por una forma).
- **Licitud:** No debe estar incurso en prohibiciones legales, como engañar al público o imitar símbolos patrios.

5. DERECHOS DEL TITULAR

Uso Exclusivo: Este derecho permite que el titular sea el único autorizado para colocar la marca en productos, embalajes, facturas y publicidad.

Derecho de Exclusión: Prohibir el uso de marcas que puedan generar riesgo de confusión o de asociación en el público.

Facultades de Explotación Comercial: La marca se transforma en un activo intangible con valor económico que el titular puede aprovechar mendiante el licenciamiento o transferencia. Ej. Colaboraciones o Merchandising.

VIGENCIA: 10 AÑOS RENOVABLES.

6. CLASIFICACIÓN DE NIZA

Es un sistema adoptado mundialmente que organiza todos los productos y servicios en 45 clases (34 para productos y 11 para servicios) con el fin de definir el alcance de protección de una marca.
El registro de una marca otorga exclusividad dentro de la clase o clases específicas para las cuales fue solicitada.

7. USO CONSERVATIVO DE LA MARCA PROPIA Y MANTENIMIENTO

El uso efectivo consiste en la aplicación del signo en envases, publicidad o facturas. En Colombia, un tercero puede solicitar la cancelación por falta de uso si la marca no se utiliza durante **3 años consecutivos**.

USO DE MARCA AJENA

Cuando INRAVISIÓN incorpora signos distintivos de terceros en sus contenidos, piezas o eventos. Este uso puede ser legítimo cuando tiene una finalidad informativa, descriptiva, incidental o cuenta con autorización; sin embargo, puede generar riesgo jurídico si induce a confusión, sugiere patrocinio o respaldo inexistente, o aprovecha indebidamente la reputación de la marca.

1. EL USO MARCARIO

FINALIDAD COMERCIAL

Ocurre cuando una marca ajena se usa para promocionar, respaldar o dar valor reputacional a un producto, contenido, campaña o evento propio, generando percepción de vínculo, colaboración, patrocinio o alianza.

Si serealiza de malafeo sin autorización, puede constituir infracción marcaria o explotación de reputación ajena.

2. USO NO MARCARIO O REFERENCIAL

FINALIDAD INFORMATIVA

Fundamental para la **vocación periodística**. La marca no se usa para "vender", sino para describir o informar sobre un hecho de la realidad (resultados deportivos o noticias empresariales).

Artículo 157, Decisión 486 de 2000.

3. PUBLICIDAD COMPARATIVA

COMPARACIÓN LEGÍTIMA, SIN CONFUSIÓN

La publicidad comparativa es permitida siempre que sea honesta, objetiva y adecuada, y que tenga una finalidad informativa, no de desprestigio.

4. USO INCIDENTAL

APARICIÓN INCIDENTAL DE MARCAS

La aparición de marcas comerciales puede realizarse sin autorización previa cuando sea incidental, breve y natural dentro de la escena. Para ello, la marca debe aparecer como parte de la ambientación o del fondo, sin énfasis de cámara sobre el logo, y responder a una finalidad artística o narrativa, no publicitaria.

AMBUSHMARKETING

Las marcas con alto reconocimiento son **activos intangibles** capaces de generar valor reputacional, vínculos comerciales y percepción de respaldo entre productos, servicios o eventos.
Por ello, asociaciones como **Festival Estéreo Picnic + Adidas /Chevrolet** o **Selección Colombia + Águila / Homecenter** evidencian cómo una marca puede transferir prestigio, audiencia o recordación a otra.

En este contexto, el **Ambush Marketing** o **mercadeo de emboscada** ocurre cuando un tercero busca aprovechar indirectamente la notoriedad de una marca, evento o símbolo reconocido para obtener beneficios similares a los de un patrocinador, sin contar con autorización, alianza o vínculo oficial.

A. VOCACIÓN INFORMATIVA (LÍCITO)

Amparado por la libertad de información y expresión. Es legítimo usar logos (ej. Federación Colombiana de Fútbol / Selección Colombia) para:

- ✓ Reportar resultados y crónicas periodísticas.
- ✓ Identificar el evento (Uso descriptivo).
- ✓ Ilustrar noticias de interés público.

B. FINES COMERCIALES (ILÍCITO)

El riesgo surge cuando se traslada a la pauta promocional o comercial para:

- ✗ Sugerir patrocinios o vínculos inexistentes.
- ✗ Explotar el prestigio (goodwill) ajeno.
- ✗ Desviar clientela mediante confusión.

C. LECCIONES DE CASOS NACIONALES (SIC)

EL ESCUDO VS. LA PALABRA

Caso Claro: En el litigio contra la operadora, se determinó que usar el escudo oficial de la FCF en fotos publicitarias sin permiso era ilegal. Sin embargo, el uso de la palabra "Selección" o hacer alusiones genéricas en un video sobre el sentimiento futbolero fue considerado lícito y amparado por la libertad de empresa.

VÍNCULO EMOCIONAL INJUSTIFICADO

Caso Unilever (FAB): El uso de impulsadoras con camisetas oficiales de la Selección en puntos de venta durante el Mundial se calificó como una estrategia comercial desleal. La SIC concluyó que podía generar confusión sobre una supuesta calidad de socio oficial y aprovechar el contexto emocional del evento para desviar clientes.

D. SÍNTESIS DE PAUTAS PARA RTVC

NOTICIEROS
Uso libre para identificar la noticia reportada.

ENTRETENIMIENTO
Evitar logos oficiales en el set sin convenio.

PRODUCCIÓN PUB.
Verificar contratos antes de usar insignias.

IMÁGENES
Preferir símbolos genéricos sin logos específicos.

DISEÑOSINDUSTRIALES

El diseño industrial protege exclusivamente el **"ropaje"** de un producto, es decir, su apariencia ornamental o estética, sin extenderse a su funcionamiento técnico o utilidad. Su valor jurídico recae en la forma visual que hace atractivo o diferenciable el objeto ante el consumidor. La protección tiene una vigencia de **10 años no renovables**, contados desde la fecha de presentación de la solicitud; vencido este plazo, el diseño pasa al dominio público.

1. OBJETO DE PROTECCIÓN Y EJEMPLOS

TRIDIMENSIONAL

Forma única del producto: ergonomía de una silla, forma de un envase o diseño de un juguete.

BIDIMENSIONAL

Estampados, patrones decorativos, líneas o combinaciones de colores aplicados (ej. textiles).

NUEVAS TECNOLOGÍAS

Iconos de escritorio, fuentes tipográficas e **interfaces gráficas (GUI)** de dispositivos.

2. LO QUE NO SE PROTEGE COMO DISEÑO INDUSTRIAL

Funciones técnicas: Estas corresponden al régimen de patentes o modelos de utilidad.

Logotipos: No son un producto en sí mismos; se protegen vía marcaria.

Conexiones: Formas cuya reproducción exacta es indispensable para el montaje mecánico.

3. REQUISITOS LEGALES DE REGISTRO

NOVEDAD ABSOLUTA

El diseño no debe haber sido hecho público anteriormente. Se admiten diferencias irrelevantes, pero la impresión general debe ser nueva.

CONFIDENCIALIDAD Y PLAZO DE GRACIA

Mantener el secreto hasta la radicación. Colombia otorga **12 meses** de gracia tras la primera divulgación por el creador.

4. DERECHOS EXCLUSIVOS DEL TITULAR







IMPEDIR COPIAS

Prohibir fabricación, venta o registro importación de diseños idénticos.

DERECHO ABSOLUTO

La infracción se castiga sea deliberada o no tras el

SECRETOSINDUSTRIALES

Un secreto industrial es cualquier información no divulgada que una persona natural o jurídica posee, que puede usarse en alguna actividad productiva, industrial o comercial, y que es susceptible de transmitirse a un tercero.

¿Qué se protege?

El objeto de protección es muy amplio e incluye todo tipo de **información comercial confidencial** que no sea del **dominio público**. Entre los ejemplos más comunes se encuentran:

Procesos técnicos y fórmulas: métodos de fabricación, modelos de máquinas o procesos químicos.
Información tecnológica: el código fuente de los programas informáticos.
Sectores específicos: procesos de extracción y elaboración de productos vegetales o agroindustriales.
Estrategias comerciales: nombres de productos nuevos que aún no se han lanzado o registrado, y conocimientos especializados sobre cómo explotar con éxito un producto.

REQUISITOS DEL SECRETO

1. **Secreta:** No debe ser generalmente conocida ni fácilmente accesible.
2. **Valor Comercial:** Su carácter secreto debe conferir una ventaja competitiva.
3. **Medidas de Seguridad:** El titular debe haber adoptado medidas razonables para mantenerla reservada.

EN EL SISTEMA DE MEDIOS

Bases de datos, criterios de análisis, estrategias de programación, procesos técnicos o desarrollos no divulgados. Su protección depende de conservar la confidencialidad.

Además delos acuerdos de no divulgación (NDA), estos activos pueden resguardarse mediante controles de acceso, gestión interna de la información y medidas técnicas que eviten su divulgación o uso; su aplicación indiscriminada puede desnaturalizarla protección del secreto.

PROTECCIÓN LEGAL

La protección del secreto industrial es de **duración indefinida** siempre que se mantengan los requisitos de confidencialidad. Su violación constituye un acto de **competencia desleal** y puede acarrear sanciones penales y civiles bajo la Ley 256 de 1996.

PATENTESDEINVENCIÓNYMODELOSDEUTILIDAD

La **patente** es un derecho exclusivo concedido por el Estado a una invención, ya sea un producto o un procedimiento, en cualquier campo de la tecnología. Para RTVC, este derecho permite impedir que terceros fabriquen, utilicen o vendan la tecnología desarrollada por la entidad.

PATENTE DE INVENCIÓN

Se otorga a productos o procedimientos disruptivos que resuelven un problema técnico de manera original.

MODELO DE UTILIDAD

Protege mejoras funcionales en objetos existentes ("pequeña patente") que ofrecen una ventaja técnica nueva.

2. REQUISITOS DE PATENTABILIDAD (SIC)

NOVEDAD

No debe existir en el "Estado de la Técnica" accesible al público antes de la solicitud.

NIVEL INVENTIVO

La solución no debe ser obvia para un experto. No basta un simple cambio de material o tamaño.

APLICACIÓN IND.

Debe tener un beneficio práctico y ser susceptible de fabricación o uso industrial.

3. NO PATENTABLE

EXCLUSIONES

- × Teorías científicas.
- × Creaciones estéticas.
- × Software (per se).
- × Seres vivos naturales.

4. TIEMPO DE PROTECCIÓN

INVENCIÓN

20 AÑOS

No renovables desde la solicitud.

MODELO UTILIDAD

10 AÑOS

No renovables desde la solicitud.

Una vez vencido el plazo, la tecnología pasa al Dominio Público para beneficio de la industria nacional.

GESTIÓNYREGISTRO

5. GESTIÓN DE LA CONFIDENCIALIDAD

La confidencialidad es el pilar de la novedad. Si una invención se divulga antes de radicar la solicitud, pierde su capacidad de ser patentada.

PLAZO DE GRACIA

En Colombia, si el inventor divulga su creación, tiene hasta **12 meses** para presentar la solicitud sin destruir la novedad. Sin embargo, se recomienda firmar NDAs previos.

6. TRÁMITE DE REGISTRO (FLUJO SIC)

01 **EXAMEN DE FORMA**
Verificación de documentos, descripción y comprobantes de pago.

02 **PUBLICACIÓN Y OPOSICIONES**
El expediente se hace público (normalmente a los 18 meses) para recibir reparos de terceros.

03 **EXAMEN DE PATENTABILIDAD**
Búsqueda técnica en bases de datos mundiales y decisión de fondo por parte de la SIC.

04 **CONCESIÓN DEL TÍTULO**
Entrega del título electrónico que oficializa la protección legal.

IMAGENENELENTORNOMULTIPLATAFORMA

1. DEFINICIÓN Y MARCO LEGAL

La imagen constituye todo elemento característico que permita identificar a una persona, incluyendo su **rostro, cuerpo, silueta, voz, nombre y retrato**.

Para cualquier exhibición o exposición de la imagen de una persona, **la regla general** es contar con una autorización previa, expresa e informada, que contenga para qué se usará, por cuánto tiempo, en qué canales y territorios.

En Colombia, su protección es multidimensional y se fundamenta en:

- **Constitución Nacional:** Derechos a la honra, buen nombre e intimidad.
- **Derecho de Autor:** Exige autorización previa y expresa para su uso.
- **Ley 1581/2012:** La imagen es considerada un dato personal sensible.
- **Competencia Desleal:** Prohíbe explotar la reputación ajena para mercado.

2. GESTIÓN DE IMAGEN SEGÚN LOS ROLES DE RTVC

COMO PRODUCTOR

Asume iniciativa y responsabilidad económica. Obligatorio el **Talent Release** de todos los actores antes de la fijación.

COMO CO-PRODUCTOR

Socio estratégico. Verificación obligatoria de que el socio externo haya recolectado formalmente las autorizaciones.

COMO CUSTODIO

Señal Memoria: verificar si el uso de imágenes está autorizado o se deben tomar medidas de anonimización.

RADIODIFUSIÓN / OTT

Garantizar blindaje jurídico para explotación en TV abierta y plataformas como RTVCPlay.

3. EL "TALENT RELEASE": ELEMENTOS MÍNIMOS

Todo documento que autorice el uso de imagen debe ser **específico y por escrito**. Elementos clave:

- IDENTIFICACIÓN
- TERRITORIO
- VIGENCIA
- PLATAFORMAS
- FINALIDAD DE LAOBRA

PROTECCIÓNESPECIALYACTUALIZACIÓN

4. PROTECCIÓN ESPECIAL DE MENORES DE EDAD

RTVC aplica una diligencia reforzada en la intervención de niños, niñas y adolescentes, a la cual no le aplica excepción alguna:

01. Autorización verificable de ambos padres o representantes legales.
02. Solicitud de prueba, al momento de la obtención únicamente, para certificar parentesco.
03. Prohibición de uso en temas sensibles o delictivos que vulneren su honra.
04. Se deben adoptar medidas para evitar la identificación innecesaria y restringir la divulgación de sus datos personales.

5. EXCEPCIONES Y USOS LIBRES (SIN AUTORIZACIÓN)

INTERÉS PÚBLICO
Contenidos vinculados a hechos noticiosos en escenarios públicos.

APARICIÓN INCIDENTAL
Presencia accidental en el fondo de una toma sin énfasis de cámara.

FINES DIDÁCTICOS
Uso estrictamente cultural, educativo o científico.

6. EL DEBER DE ACTUALIZACIÓN Y "DERECHO AL OLVIDO"

Según la **Sentencia T-277/15**, el sistema de medios tiene el deber de actualizar información que afecte el buen nombre:

OBLIGACIÓN DE ACTUALIZACIÓN
Si un proceso judicial concluye a favor del implicado, se debe actualizar la noticia o limitar su indexación.

PERSISTENCIA DEL DEBER
La responsabilidad persiste mientras la información esté disponible al público en los portales institucionales.

USOENLAWEB

1. EL ECOSISTEMA DIGITAL COMO ESPACIO DE EXPLOTACIÓN

En el entorno digital, las obras (textos, audios, videos y software) son especialmente vulnerables debido a la facilidad de copia y transmisión sin pérdida de calidad. Para INRAVISIÓN, la web no es solo un canal de difusión, sino un ámbito donde convergen la **comunicación pública** (streaming) y la **puesta a disposición** (on-demand), facultades que permiten al usuario acceder al contenido desde el lugar y momento que elija.

2. CONTRATO DE ACCESO: LICENCIAS " CLICK- WRAP"

CONCEPTO

Contratos de aceptación electrónica donde el usuario manifiesta su consentimiento mediante un "clic" antes de acceder.

FINALIDAD

Limitan el uso exclusivamente para fines personales y no comerciales, prohibiendo reproducción o transformación no autorizada.

Avisos de Responsabilidad: Advertencias claras sobre condiciones de uso en todaslas plataformas.

3. TRAZABILIDAD E INTEGRIDAD: METADATOS Y DOI

METADATOS

Información descriptiva oculta (EXIF, etiquetas) que viaja con la obra y sirve como prueba de titularidad.

IDENTIFICADOR DE OBJETO DIGITAL (DOI)

Sistema persistente que asegura que la ubicación y la información de la obra permanezcan inalterables y rastreables.

3. MEDIDAS TECNOLÓGICAS DE PROTECCIÓN (CANDADOS DIGITALES)

CIFRADO Y DRM

Uso de Medidas Tecnológicas Efectivas (MTP) y sistemas de Gestión Electrónica de Derechos (DRM) para controlar el acceso, descarga o modificación de las obras.

SANCIÓN POR ELUSIÓN

*Según la **Ley 1915 de 2018**, la elusión no autorizada de estos "candados digitales" o la alteración de la información de gestión genera responsabilidad civil y penal.*

USOENLAWEB

4. IDENTIDAD DIGITAL Y NOMBRES DE DOMINIO

NOMBRES DE DOMINIO (URLS)

Las direcciones de Internet deben reflejar las marcas registradas (ej. RTVCPlay.co) para evitar la ciberocupación o el registro de mala fe por terceros.

PROTECCIÓN NOTORIA

Facultad de solicitar la cancelación de dominios de terceros que intenten aprovecharse del prestigio institucional.

CONTROL DE INDEXACIÓN

Uso imperativo de "robots.txt" o "metatags" para evitar que buscadores faciliten acceso indiscriminado a información antigua que afecte la intimidad.

DERECHO DE RECTIFICACIÓN

Garantizar un despliegue comunicativo similar al de la noticia original en un tiempo razonable cuando proceda la rectificación.

7. RESPONSABILIDADES DE LOS EQUIPOS DIGITALES

EQUIPOS Y REDES SOCIALES

Aplicar la identidad visual, garantizar coherencia de mensajes y supervisar que los contenidos sigan los lineamientos editoriales.

ÁREA DE COMUNICACIONES

Liderar la validación del uso de identidad y estándares, brindando acompañamiento misional en la gestión de contenidos.

8. NEUTRALIDAD DE LA RED Y SEGURIDAD DIGITAL

NEUTRALIDAD

Prohibición de bloquear o discriminar contenidos lícitos basándose en su origen o propiedad.

HABEAS DATA

El tratamiento de datos en portales web debe garantizar que la información personal no esté disponible de forma abierta sin autorización técnica y legal del titular.

PROTECCIÓNEINFRACCIONES

La observancia de la propiedad intelectual comprende las acciones de prevención, vigilancia y defensa necesarias para proteger los activos intangibles de RTVC frente a usos no autorizados, infracciones o aprovechamientos indebidos.

1. DERECHO DE AUTOR

La protección nace automáticamente desde la creación de la obra. No obstante, el registro ante la **DNDA**, los contratos, cesiones y soportes de creación fortalecen la prueba de autoría, titularidad y fecha.

2. PROPIEDAD INDUSTRIAL

Los derechos sobre marcas, lemas, patentes, modelos de utilidad y diseños industriales nacen, por regla general, con el registro o concesión ante la **SIC**. Son territoriales y requieren vigilancia permanente.

3. ¿CUÁNDO SE INFRINGE?

Existe infracción cuando un tercero realiza, sin autorización previa y expresa, actos reservados al titular de los derechos, salvo que el uso esté permitido por una excepción legal aplicable.

INFRACCIÓN DIRECTA
Reproducir, distribuir, comunicar o poner a disposición contenidos sin autorización.

INFRACCIÓN SECUNDARIA
Facilitar, inducir o cooperar conscientemente con la vulneración cometida por otro.

ELUSIÓN TECNOLÓGICA
Desactivar candados digitales, DRM o sistemas de control de acceso.

DERECHOS MORALES
No dar crédito al autor o modificar la obra de forma que afecte su integridad, honra o reputación.

PIRATERIA COMERCIAL
Fabricar, vender, transportar o circular copias ilícitas con fines comerciales o de beneficio económico.

4. COMPETENCIA DESLEAL Y SIGNOS DISTINTIVOS

CONFUSIÓN
Usar nombres, logos o signos similares que hagan creer que un producto o es oficial.

REPUTACIÓN AJENA
Aprovechar indebidamente el prestigio de los canales, programas o marcas institucionales.

VIOLACIÓN DE SECRETOS
Divulgar estrategias, bases de datos, metodologías o información reservada contenido sin autorización.

RESPONSABILIDADESYDEFENSA

5. RESPONSABILIDADES

El uso indebido de activos de propiedad intelectual puede generar consecuencias para terceros, contratistas, colaboradores o servidores públicos, según la naturaleza y gravedad de la conducta.

Civil: indemnización por perjuicios, daño emergente y lucro cesante.

Penal: sanciones por vulneraciones dolosas a derechos patrimoniales o mecanismos de protección.

Disciplinaria: incumplimientos funcionales asociados al uso indebido de activos protegidos.

6. MEDIDAS DE DEFENSA

CESE Y DESISTIMIENTO
Comunicación formal para advertir la infracción y solicitar la suspensión inmediata del uso indebido.

MEDIDAS CAUTELARES
Solicitudes urgentes para suspender emisiones, retirar contenidos o impedir la circulación de productos infractores.

MEDIDAS EN FRONTERA
Cooperación con autoridades como la DIAN para impedir el ingreso de productos que vulneren derechos.

DEFENSA DIGITAL
Uso de herramientas de identificación, bloqueo, Content ID y procedimientos de notificación y retirada.

7. CRITERIOS DE ACTUACIÓN INSTITUCIONAL

DOCUMENTAR
Conservar soportes, contratos, registros, evidencias y trazabilidad del activo.

VIGILAR
Monitorear usos no autorizados, imitaciones, copias o solicitudes conflictivas.

ALERTAR
Reportar oportunamente cualquier riesgo o uso indebido a las áreas competentes.

ACTUAR
Adoptar medidas proporcionales, documentadas y articuladas institucionalmente.

La defensa de la propiedad intelectual debe ejercerse de forma oportuna, documentada y proporcional, articulando a las áreas misionales y técnicas cuando corresponda, con el fin de proteger el patrimonio intangible de INRAVISIÓN.

ARTISTA INTÉRPRETE O EJECUTANTE
Actor, locutor, narrador, declamador, cantante, bailarín, músico o persona natural que interpreta o ejecuta una obra literaria o artística.

AUTORES DE LA OBRA CINEMATOGRÁFICA
Se consideran autores el director o realizador, el autor del guion, el autor de la música original y los dibujantes de una obra animada.

CEDENTE
Es la persona natural (autor o inventor) o jurídica (titular derivado) que, mediante un vínculo contractual o legal, transfiere total o parcialmente la titularidad de sus derechos patrimoniales o industriales en favor de un tercero, denominado cesionario.

CESIONARIO
Persona natural o jurídica que adquiere la transferencia total o parcial del dominio de los derechos patrimoniales, convirtiéndose en el nuevo titular.

COTITULARIDAD
Situación jurídica donde dos o más personas comparten la propiedad de los derechos sobre una misma creación, como en las obras en colaboración o las coproducciones.

EDITOR
Persona natural o jurídica responsable económica y legalmente de la edición y reproducción de una obra.

LICENCIANTE
Titular o representante de un titular de derechos patrimoniales que otorga una autorización de uso o explotación en favor de terceros.

LICENCIATARIO
Persona natural o jurídica que recibe autorización para usar o explotar derechos concedidos por un licenciante.

PRODUCTOR AUDIOVISUAL
Persona natural o jurídica que tiene la iniciativa, coordinación y responsabilidad legal y económica de la producción audiovisual.

PRODUCTOR DE FONOGRAMA
Persona natural o jurídica que fija por primera vez los sonidos de una ejecución u otros sonidos.

RADIODIFUSOR
Empresa de radio o televisión que transmite un programa al público mediante señales de emisión.

TITULAR DE LA PATENTE O REGISTRO
Persona que adquiere el título de propiedad otorgado por el Estado, adquiriendo el monopolio de explotación de la invención o diseño durante un plazo determinado.

TITULAR DERIVADO
Persona natural o jurídica (empresa) que adquiere los derechos patrimoniales a través de un vínculo legal o contractual, como una cesión o un contrato laboral.

TITULAR ORIGINARIO
Es la persona física (ser humano) que realiza la creación intelectual. En el derecho de autor, el autor es el titular inicial de los derechos morales y patrimoniales.

TITULARIDAD
Calidad jurídica que ostenta una persona natural o jurídica sobre los derechos exclusivos de un activo de propiedad intelectual (como una marca o una obra) para su identificación o explotación en el mercado.

OBRA ANÓNIMA

Aquella en la que no se menciona el nombre del autor, por voluntad propia o por ser ignorado.

OBRA AUDIOVISUAL

Obra que fija una serie de imágenes asociadas, con o sin sonido, para ser mostrada por medios de proyección o comunicación.

OBRA COLECTIVA

Producida por un grupo de autores, bajo la orientación de una persona natural o jurídica que la coordina y divulga bajo su nombre.

OBRA DE ARTE APLICADO

Es una creación artística que posee una doble naturaleza, ya que combina el valor estético de una obra de arte con un fin práctico o de utilidad en productos cotidianos.

OBRA DE DOMINIO PÚBLICO

Obra sin derechos patrimoniales vigentes por expiración del plazo, renuncia del autor o por tratarse de folclor de autor desconocido.

OBRA DERIVADA

Resulta de la adaptación, traducción o transformación de una obra original, conservando autonomía frente a ella.

OBRA EN COLABORACIÓN

Producida conjuntamente por dos o más personas naturales cuyos aportes no pueden separarse sin afectar la obra.

OBRA HUÉRFANA

Obra o fonograma protegido cuyos titulares no han sido identificados o localizados tras una búsqueda diligente.

OBRA INDIVIDUAL

Obra producida por una sola persona natural.

OBRA NACIONAL

Obra certificada por el Ministerio de Cultura que cumple porcentajes de participación económica, artística y técnica colombiana.

OBRA ORIGINAL

Creación primitivamente creada que no deriva de otra obra preexistente.

OBRA SEUDÓNIMA

Aquella en la que el autor se oculta bajo un seudónimo que no permite identificarlo.

OBRAS ARTÍSTICAS, CIENTÍFICAS Y LITERARIAS

Incluyen libros, música, pinturas, dibujos, esculturas, fotografías, planos, software y obras audiovisuales, entre otras.

PROTECCIÓN AUTOMÁTICA

Las obras se protegen por el solo hecho de su creación, sin que se requiera registro, depósito o formalidad alguna para el nacimiento del derecho.

CESIÓN DE DERECHOS

Acto jurídico por el cual el autor o titular (cedente) transfiere de manera definitiva y total o parcial la propiedad de sus derechos patrimoniales en favor de un tercero (cesionario).

COMUNICACIÓN PÚBLICA

Acto por el cual una pluralidad de personas accede a la obra sin entrega de copias, como en radio, televisión, cine o internet.

DERECHOS MORALES

Derechos perpetuos, inalienables e irrenunciables del autor, como reivindicar la paternidad y oponerse a modificaciones de la obra.

DERECHOS PATRIMONIALES

Derechos económicos que permiten autorizar o prohibir la reproducción, comunicación pública, distribución y transformación de la obra.

DISTRIBUCIÓN

Derecho de autorizar la venta, alquiler o préstamo del original o de copias físicas de una obra.

INEFICACIA SOBRE OBRA FUTURA

Es nula e ineficaz cualquier estipulación por la cual un autor se obligue a transferir de manera general o indeterminable su producción intelectual futura.

INTERPRETACIÓN RESTRICTIVA

Los contratos sobre derecho de autor deben interpretarse de manera estrecha. Esto implica que lo que no está expresamente autorizado, está prohibido. Las facultades no mencionadas permanecen en cabeza del autor.

LICENCIA

Contrato mediante el cual un licenciante autoriza el uso o explotación de derechos bajo condiciones pactadas.

LICENCIA DE EMISIÓN

Autorización para emitir o transmitir contenidos, sean o no obras protegidas, como eventos deportivos o conciertos.

LICENCIA EXCLUSIVA

Autorización en la que el licenciante se obliga a no permitir la explotación del derecho por terceros.

LICENCIA SIMPLE

Licencia no exclusiva que permite al licenciante otorgar autorizaciones a terceros y seguir explotando los derechos.

PUESTA A DISPOSICIÓN

Modalidad digital de comunicación pública que permite acceder a contenidos desde el lugar y momento elegido por el usuario, como en VOD.

REPRODUCCIÓN

Facultad de autorizar copias de la obra en soportes físicos o digitales, como grabaciones, escaneos, descargas o archivos electrónicos.

SINCRONIZACIÓN MUSICAL

Derecho que permite fijar obras musicales preexistentes dentro de un formato audiovisual.

TRANSFORMACIÓN

Facultad de autorizar adaptaciones, traducciones, arreglos u otras modificaciones que originen una obra derivada autónoma.

CANON

Pago único pactado en un contrato a cambio del uso, licencia o adquisición de una obra o derecho.

LICENCIA GRATUITA U ONEROSA

Se diferencian según exista o no una contraprestación económica por el uso autorizado.

REGALÍAS

Remuneraciones calculadas generalmente como porcentaje de ingresos o beneficios derivados del uso efectivo de una obra.

DERECHOS DEL PRODUCTOR CINEMATOGRÁFICO

Facultad de fijar, reproducir, distribuir, autorizar adaptaciones y disponer de la comunicación pública de la obra cinematográfica.

MODOS DE USO DESCONOCIDOS

No es válida la cesión de formas de explotación o modalidades de utilización que sean inexistentes o desconocidas al momento de suscribir el contrato.

REMUNERACIÓN EQUITATIVA

Derecho irrenunciable de ciertos titulares, como artistas o directores, a recibir pago por la comunicación pública de obras o interpretaciones.

IRRENUNCIABILIDAD DE DERECHOS MORALES

Los derechos morales (paternidad, integridad, etc.) son inalienables e irrenunciables. Ningún contrato de cesión puede despojar al autor humano de estos vínculos perpetuos con su obra.

PRESUNCIÓN DE TRANSFERENCIA

En obras por encargo o vínculo laboral escrito, se presume la transferencia de derechos patrimoniales al empleador o contratante.

TRANSFERENCIA MORTIS CAUSA

Transmisión de derechos a herederos o sucesores legítimos tras el fallecimiento del autor.

CLASIFICACIÓN DE NIZA

Sistema internacional que organiza productos y servicios en 45 clases para delimitar el alcance de protección de una marca.

DISTINTIVIDAD

Requisito esencial de una marca: su capacidad para que el consumidor identifique el origen empresarial sin confundirse con otros.

EMISIÓN O TRANSMISIÓN

Difusión por medio de ondas radioeléctricas, sonido o sonidos sincronizados con imágenes.

FIJACIÓN

Incorporación de imágenes y/o sonidos en una base material suficientemente permanente para permitir su percepción.

FONOGRAMA

Fijación de sonidos en un medio físico que permite su posterior reproducción.

IMÁGENES EN MOVIMIENTO

Imagen fijada en un soporte que, al ser reproducida, genera la impresión de movimiento.

INDEPENDENCIA ENTRE OBRA Y SOPORTE

El derecho de autor recae sobre la creación intelectual y es independiente de la propiedad del objeto físico o soporte digital que la contiene. Poseer un ejemplar de una obra no otorga derechos de explotación sobre ella.

NIVEL INVENTIVO

Requisito de las patentes de invención que exige que la solución técnica no sea obvia para un experto en la materia.

NOVEDAD

Requisito para patentes y diseños: la creación no debe haber sido accesible al público antes de la solicitud.

OTT (OVER THE TOP)

Plataforma desarrollada para la distribución de contenidos bajo demanda a través de internet.

PRIORIDAD

Derecho que permite solicitar protección en otros países conservando la fecha de la primera solicitud, dentro de los plazos aplicables.

PUBLICACIÓN

Comunicación de una obra o contenido al público por cualquier forma o sistema.

REGISTRO NACIONAL DE DERECHO DE AUTOR

Acto administrativo de inscripción de los contratos de cesión ante la DNDA. Su función es dar publicidad y oponibilidad ante terceros, garantizando la seguridad jurídica de la transferencia.

RETRANSMISIÓN

Emisión simultánea de la transmisión de un organismo de radiodifusión por otro.

SIMULCAST

Emisión de una señal por streaming de manera simultánea a la transmisión de televisión.

STREAMING

Distribución de contenidos en tiempo real o bajo demanda a través de internet.

DISEÑO INDUSTRIAL
Apariencia particular de un producto resultante de líneas, formas, colores o combinaciones ornamentales.

LEMA COMERCIAL
Palabra, frase o leyenda utilizada como complemento de una marca.

MARCA
Signo apto para distinguir productos o servicios en el mercado.

MARCA NOTORIAMENTE CONOCIDA
Signo con alto reconocimiento en el sector pertinente, protegido de forma reforzada frente a usos que aprovechen indebidamente su prestigio.

NOMBRE COMERCIAL
Signo que identifica una actividad económica, empresa o establecimiento mercantil.

PATENTE DE INVENCIÓN
Título otorgado a nuevas invenciones que resuelven problemas técnicos y tienen aplicación industrial.

SECRETO INDUSTRIAL O COMERCIAL
Información confidencial que otorga ventaja competitiva. No requiere registro, pero exige medidas razonables de reserva y seguridad.

SIC
Superintendencia de Industria y Comercio: autoridad nacional competente para tramitar y conceder registros de marcas, patentes y diseños industriales.

SIGNO DISTINTIVO
Elemento perceptible, como palabras, imágenes o sonidos, que identifica productos o servicios y los diferencia en el mercado.

CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO	ÁREA PRODUCTORA	FECHA DE PUBLICACIÓN
1.	Se realiza nuevamente el cargue del documento en el cual se incluye el logo de RTVC, se incluye control de cambios, así mismo dando cumplimiento a los lineamientos del manual de marca. V2 y la Guía de Administración de Información Documentada SIG.	Coordinación de planeación	05/10/2026