

Este documento es una versión postprint de:

Martín Salamanca, Sara. (2019). La comunicación pública en el entorno digital europeo: crónica y debate. En: VV.AA. *Verträge über digitale Inhalte Dienstleistungen*, Johann Kindl, Tatiana Arroyo Vendrell, Beate Gsell (Hrsg), Nomos, pp. 173-192.

DOI: <https://doi.org/10.5771/9783845289625-1>

# LA COMUNICACIÓN PÚBLICA EN EL ENTORNO DIGITAL EUROPEO: CRÓNICA Y DEBATE.

Sara Martín Salamanca (UC3M)\*

Keywords: Propiedad intelectual. Comunicación Pública. Enlaces. Servicios Digitales. Puesta a disposición interactiva.

Keywords: Urheberrecht. Recht zur öffentlichen Wiedergabe. Hyperlinks. Digitale Dienste. Recht der öffentlichen Zugänglichmachung.

ABSTRACT: este trabajo pretende señalar las dificultades a las que actualmente se enfrenta quien pretende ejercer un modelo de negocio digital que comporte la explotación de obras protegidas por Derechos de Autor, en la modalidad de comunicación pública. El concepto de “comunicación pública” está inmerso en un proceso de profunda reformulación, en lo que se refiere a su pervivencia en el entorno digital. Muestra de ello son: 1) la evolución que ha sufrido el concepto en los últimos 4 años, a través de la jurisprudencia europea, particularmente en torno a la actividad de enlazado; y 2) la puesta en cuestión del concepto de “interactividad”, que caracteriza a la modalidad de comunicación pública denominada “puesta a disposición”. A través de este análisis se concluye que seguramente estamos en un momento de reconstrucción del funcionamiento de la exclusiva sobre la comunicación pública; que hay interrogantes sobre cuestiones cruciales, todavía pendientes de resolverse; y, por último, que lo que hasta ahora hemos presenciado anima a pensar que quizá va a quedar definitivamente desplazado el concepto de comunicación pública tradicional, a favor de otras reglas (propias del Derecho de Autor o extrañas a él).

ABSTRACT: Diese Arbeit zielt darauf ab, auf die Schwierigkeiten aufmerksam zu machen, denen sich gegenwärtig ein digitales Geschäftsmodell stellt, das die Verwertung urheberrechtlich geschützter Werke in Form öffentlicher Kommunikation vorsieht. Das Konzept der "öffentlichen Kommunikation" ist in einen tiefgreifenden

---

\* Este trabajo se realizó en el marco del Proyecto de Investigación: *La prestación de servicios de carácter digital: retos y lagunas*, DER2017-82638-P, financiado por FEDER/Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades – Agencia Estatal de Investigación.

Reformprozess eingebettet, der sich auf sein Überleben in der digitalen Welt bezieht. Beweis dafür sind: 1) die Entwicklung, die das Konzept in den letzten 4 Jahren durch die europäische Rechtsprechung erfahren hat, insbesondere über Hyperlinks; und 2) die Infragestellung des Konzepts der "Interaktivität", die die Modalität der öffentlichen Kommunikation charakterisiert, die "Bereitstellung" genannt wird. Durch diese Analyse wird gefolgert, dass wir sicher in einem Moment der Rekonstruktion des Betriebs der ausschließlichen über die öffentliche Kommunikation sind; dass es Fragen zu entscheidenden Fragen gibt, die noch gelöst werden müssen; und schließlich ermutigt uns das, was wir bisher gesehen haben, zu denken, dass das Konzept der traditionellen öffentlichen Kommunikation möglicherweise zugunsten anderer Regeln (die dem Urheberrechtsgesetz unterliegen oder ihm fremd sind) dauerhaft verdrängt wird.

SUMARIO: 1. *Contexto*. 2. *Las "claves" de la explotación de obras y grabaciones mediante comunicación pública*. 3. *Evolución interpretativa del concepto de comunicación pública en torno a la jurisprudencia europea sobre enlaces*. 3.1. *Caso Svensson*. 3.1.1. *Doctrina del caso Svensson*. 3.1.2. *Análisis crítico*. 3.2. *Caso GSMedia*. 3.3. *Caso Filmspelers*. 3.4. *Caso PirateBay*. 3.5. *Balance*. 4. *Evolución normativa del concepto de comunicación pública*. 4.1. *La puesta a disposición como comunicación pública*. 4.2. *El problema: la interactividad*. 5. *Conclusión*.

## 1. *Contexto*

A día de hoy, afirmar que el entorno digital ha modificado el ecosistema de los derechos exclusivos de propiedad intelectual, es una obviedad. Pero no por obvia la afirmación resulta menos cierta. Resumiendo de modo extremo podría decirse que **nuevos modelos de negocio, han provocado, en términos de propiedad intelectual, una nueva delimitación de los usos sometidos a exclusiva de los titulares** (y, por ende, de los que quedan fuera). Dicho de otro modo: internet ha provocado un cambio en las respuestas a la preguntas de *quién, cuándo y cómo* se explota una obra o grabación.

Observamos que, en el **entorno europeo**, para abordar esta tarea de reajuste, la técnica de **intervención sobre el statu quo** de la propiedad intelectual ha sido doble: 1) bien a través de la **interpretación** de las **antiguas fórmulas**; bien 2) a través de la **regulación de nuevos instrumentos**. Este trabajo se dirige a exponer en qué sentido se ha

avanzado ya en esta tarea de reajuste sobre la explotación de obras ajenas en la fórmula de comunicación pública, y en qué sentido los conflictos actuales anticipan los nuevos retos en este proceso de reformulación.

## *2. Las “claves” de la explotación de obras y grabaciones mediante comunicación pública.*

La comunicación pública es la forma de uso “reina” a través del entorno digital. Comunicar públicamente una obra o grabación es hacerla accesible al público sin mediar distribución de ejemplares (art. 20 LPI<sup>1</sup>; §15 Absch.2 UrhG<sup>2</sup>); de una manera incorporal, podría decirse. Si pensamos en clave digital, estaremos todos de acuerdo en que este tipo de actividad es la que se produce en muchas de las posibilidades de uso de una obra ajena que nos ofrece internet. En general, la comunicación pública de una obra o grabación pertenece a la exclusiva de sus autores u otros sujetos que la ley reconoce como “propietarios intelectuales” de ellas -titulares de derechos conexos- (artistas, productores, organismos de radiodifusión, generadores de bases de datos). Por tanto, solo a ellos corresponde decidir si autorizan a terceros para utilizar sus obras en la forma de comunicación pública, salvo que la Ley disponga otra cosa. A veces se acompaña de la posibilidad de descarga (*downloading*); esta opción no forma parte de la comunicación pública, sino que es un uso añadido y diferente, porque comporta distribución de ejemplares. Distribución y comunicación pública son, por tanto, dos modos de hacer una obra accesible al público; la distribución, mediante el reparto de ejemplares; la comunicación pública, sin él. Esta diferencia se proyecta sobre una característica distintiva de la distribución (y no de la comunicación pública): el agotamiento del derecho exclusivo. El derecho de distribución se regula en Europa como una exclusiva que se consume (*agota*) con la primera transmisión de la propiedad de un ejemplar, dentro de la Unión Europea, y para todas las futuras transmisiones del

---

<sup>1</sup> Ley de Propiedad Intelectual (LPI), aprobada mediante Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia, modif. por última vez por Real Decreto-ley 12/2017, de 3 de julio.

<sup>2</sup> Urheberrechtsgesetz vom 9. September 1965 (BGBl. I S. 1273), das zuletzt durch Artikel 1 des Gesetzes vom 1. September 2017 (BGBl. I S. 3346) geändert worden ist.

derecho de propiedad en este mismo espacio (art.9 Directiva 92/100<sup>3</sup> y art.9 Directiva 2006/115<sup>4</sup>, que deroga y codifica la anterior)<sup>5</sup>.

### *3. Evolución interpretativa del concepto de comunicación pública en torno a la jurisprudencia europea sobre enlaces.*

La actividad de enlazado es una de las más connaturales al entorno digital; es esencial para que funcione internet. La propiedad intelectual también ha “reaccionado” al contacto con el efecto de los enlaces, porque, muy habitualmente, el enlace me conduce a una creación que está sometida a la exclusiva de uno o varios propietarios intelectuales. Y, en consecuencia, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea (en adelante, TJUE) ha conocido ya en varias ocasiones de los problemas jurídicos que plantea la actividad de enlazar o suministrar a los usuarios enlaces que conducen a una obra o prestación, sin contar para ello con el consentimiento de ningún titular.

#### *3.1. Caso Svensson.*

La primera etapa la marca la resolución **del TJUE de 13 de febrero de 2014, en el asunto C-466/12.**

Los demandantes en el litigio principal, que son periodistas, redactaron artículos de prensa que se publicaron en el periódico Göteborgs-Posten y en la página de Internet del Göteborgs-Posten (publicada en ABIERTO). Retriever Sverige gestiona una página de Internet que facilita a sus clientes, según sus necesidades, listas de enlaces de Internet sobre los que se puede pulsar y que conducen a

---

<sup>3</sup> Directiva 92/100/CEE del Consejo, de 19 de noviembre de 1992, sobre derechos de alquiler y préstamo y otros derechos afines a los derechos de autor en el ámbito de la propiedad intelectual.

<sup>4</sup> Directiva 2006/115/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006 , sobre derechos de alquiler y préstamo y otros derechos afines a los derechos de autor en el ámbito de la propiedad intelectual (Versión codificada).

<sup>5</sup> El objetivo del principio de agotamiento del derecho de distribución de las obras protegidas por los derechos de autor es limitar las restricciones a la distribución de dichas obras a lo que sea estrictamente necesario para preservar el objeto específico de la propiedad intelectual de que se trate, para evitar la compartimentación de los mercados (véanse, en este sentido, las sentencias de 28 de abril de 1998, Metronome Musik, C-200/96, Rec. p. I-1953, apartado 14; de 22 de septiembre de 1998, FDV, C-61/97, Rec. p. I-5171, apartado 13, y Football Association Premier League y otros, antes citada, apartado 106). Y, en este sentido, no se ha predicado nunca de la comunicación pública (explotación incorporal), porque no resulta pertinente.

artículos publicados en otras páginas de Internet. Las partes no discuten que dichos artículos podían consultarse libremente en la página de Internet del periódico Göteborgs-Posten.

### 3.1.1. *Doctrina del caso Svensson*

El TJUE determina que, en un caso como este, la actividad de Retriever Sverige no requería la autorización de los titulares de derechos sobre los artículos periodísticos. ¿Por qué?. Sencillamente porque el acceso que brindan los enlaces (que proporciona Retriever Sverige) no se dirige a un público nuevo, (respecto a la publicación en abierto del Göteborgs-Posten). El público objetivo (target) de Retriever Sverige no amplía el público al que alcanza el periódico publicado en “abierto” (pfo.25). Y, por tanto, el TJUE concluye que, “dado que no existe un público nuevo, no es necesario que los titulares de los derechos de autor autoricen una comunicación al público como la del litigio principal” (pfo.28), porque **no hay comunicación pública. *Sensu contrario*, para que la hubiese habido, en un caso en el que se utiliza la misma técnica de transmisión que en la puesta a disposición originaria, se requeriría un “público nuevo”**.

La idea del “público nuevo” es ajena a la definición normativa del supuesto de comunicación pública. El TJUE lo aplica a los enlaces en este pronunciamiento, rescatándolo de una doctrina anterior sobre comunicación pública (caso Rafael Hoteles, STJUE 7-12-2006, as. C-306/05 y caso TVCatchup, STJUE 7-03-2013, as. C-607/2011<sup>6</sup>). El requisito del “público nuevo” esencialmente implica que una actividad de redifusión de una obra o grabación, para constituir comunicación pública, debe ofrecer el acceso a la obra a una audiencia que sea distinta de la contemplada como objetivo por quien realizó la primera difusión de la obra o grabación. En el caso TVCatchup se matizó que este requisito solo tenía sentido para los supuestos en que la ulterior actividad de difusión se realizara utilizando los mismos medios técnicos que la primera transmisión (pfo.39). Y, en efecto, en el supuesto de Svensson, los medios

---

<sup>6</sup> “Público que no coincide con el previsto para el acto de comunicación original de la obra”, pfo. 40 caso Rafael Hoteles; pfo. 38 caso TV Catchup. En el primer caso, se trataba la utilización de obras protegidas, por los hoteles que ponen a disposición de sus clientes un televisor en las habitaciones. En el segundo (TV Catchup), se enjuiciaba si realizaba actos de comunicación pública un servicio de emisión *live streaming* que permitía al público ver digitalmente las emisiones de televisiones terrestres, en contemporaneidad con la emisión originaria y en el mismo espacio para el que emitían aquellas.

técnicos eran los mismos. Así que era preciso verificar el cumplimiento de este requisito añadido. Y se apreció que no concurría.

### 3.1.2. *Análisis crítico*

El elemento añadido del “público nuevo” ha provocado numerosas objeciones en relación con su integración en el concepto de comunicación pública. Una de las razones más poderosas para discutir el criterio es que, con este elemento, aparentemente inocuo, se estaba admitiendo implícitamente, un cierto modo de **agotamiento** del derecho de comunicación pública<sup>7</sup>, lo que se considera una contradicción en sí misma, en la medida en que el agotamiento se reserva para los casos de explotación corporal<sup>8</sup>. De hecho, el Considerando 29 de la Directiva 2001/29<sup>9</sup>, afirma, recogiendo esta formulación:

*«El problema del agotamiento no se plantea en el caso de los servicios, y en particular de los servicios en línea. Ello se aplica también a las copias materiales de una obra o prestación efectuadas por un usuario de dicho servicio con el consentimiento del titular del derecho. Por consiguiente, cabe aplicar lo mismo al alquiler y préstamo del original y de copias de las obras o prestaciones que por su naturaleza constituyan servicios. A diferencia del CD-ROM o CD-I, en los que la propiedad intelectual está incorporada a un soporte material, esto es, una mercancía, cada servicio en línea es, de hecho, un acto que debe quedar sujeto a autorización cuando así lo exijan los derechos de autor o derechos afines a los derechos de autor.»*

---

<sup>7</sup> HUGENHOLZ, B; VAN VELZE, Sam C. “Communication to a new public? Three reasons why EU copyright law can do without a «new public»”, *IIC* 2016, 47(7), 797-816.

<sup>8</sup> Resulta particularmente interesante, en este sentido, el pronunciamiento del TJUE en el caso UsedSoft (STJUE 3-07-2012, as. C-128/11), donde se admitió la aplicación del agotamiento del derecho de distribución para los casos de suministro online de programas informáticos (software). El TJUE se confirma en la doctrina del caso UsedSoft a través de su más reciente pronunciamiento de 12 de octubre de 2016 (as. C-166/15, caso Ranks). En ambos, el TJUE establece la admisión de esta posibilidad con un carácter restrictivo y puntualmente referible a software, por analogía de los efectos con la distribución material. Otra interpretación, sostiene el TJUE, excedería de lo necesario para preservar el objeto específico de la propiedad intelectual de que se trate (pfo. 63 STJUE 3-07-2012).

<sup>9</sup> Directiva 2001/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de mayo de 2001, relativa a la armonización de determinados aspectos de los derechos de autor y derechos afines a los derechos de autor en la sociedad de la información

En este sentido, sin entrar en la pertinencia de este posible cambio de coordenadas (aplicabilidad del agotamiento a la comunicación pública), resulta cuando menos inseguro no acabar de entender si es una afirmación que solo afecta a las explotaciones digitales o no. Y, en su caso, con qué requisitos. Por lo demás, resulta hartamente discutible que este sea un concepto viable y admisible en sede de comunicación pública, efectivamente, por la vinculación del agotamiento con la prevención de la excesiva compartimentación de mercados.

### 3.2. Caso GSMedia.

La doctrina del “público nuevo” requirió matices con mucha rapidez. La cuestión que se discutía en este caso era la siguiente: una obra protegida, sin consentimiento de su autor (ilegalmente, por tanto), se difunde desde una página web “abierta”; y, con posterioridad, alguien publicita, ofreciendo a través de enlaces, la URL de la página “pirata”. La cuestión principal de las formuladas al TJUE era la de si quien proporciona el enlace, se beneficia de la doctrina del público nuevo. Dicho de otro modo: ¿se considera que no está realizando un acto de comunicación pública y, por lo tanto, ninguna infracción comete si tampoco se preocupa de solicitar la autorización de los titulares?

#### 3.2.1. Doctrina del caso GSMedia

El TJUE, en **sentencia de 8-09-2016 (as. C-160/2015)** contesta lo siguiente:

*Para determinar si colocar hipervínculos que remiten a obras protegidas, disponibles libremente en otro sitio www [pero sin autorización], constituye una comunicación al público, es preciso verificar si son proporcionados **sin ánimo de lucro** por una persona que **no conocía o no podía conocer razonablemente** el carácter ilegal de la publicación de esas obras en ese otro sitio web; o si, por el contrario, los vínculos se proporcionan con **ánimo de lucro**, supuesto en el que debe presumirse tal conocimiento*

El caso GSMedia, por tanto, añade **dos nuevos elementos** a la valoración de los supuestos de comunicación pública, **interrelacionados procesalmente** entre sí:



## I) CONOCIMIENTO, y

## II) ÁNIMO DE LUCRO.

El primero (**conocimiento** del agente), es el trascendental. El segundo (**ánimo de lucro**), está al servicio del primero. Solo sirve de elemento procesal para distribuir la carga probatoria sobre la concurrencia del conocimiento [sobre el carácter ilegal de la publicación en el sitio web enlazado]. Si hay ánimo de lucro, se establece una presunción, *iuris tantum*, de conocimiento. Criterio que seguramente recuerda al clásico “*ubi commodum, ibi incommodum*” y que, por otra parte, conlleva la necesidad de delimitar claramente cómo medir si hay ánimo de lucro (beneficio comercial directo, ingresos por publicidad, etc). Cuestión esta que habrá que acotar necesariamente en un futuro no muy lejano.

Pero regresando al criterio del **conocimiento**, hay que señalar que en él radica el cambio esencial. Su inclusión es la que determina la subsunción de una determinada actividad dentro del tipo normativo “comunicación pública”. Es otro punto de referencia **extraño** a la Ley de Propiedad Intelectual y a las infracciones civiles de derechos exclusivos, que siempre se han construido sobre la base de la culpa o negligencia. Mientras que el conocimiento, nos aproxima mucho al escenario doloso (por cierto, matizado en nuestro actual tipo penal del art. 270 Código Penal (CP, en adelante<sup>10</sup>), referido a los delitos contra la propiedad intelectual, y, seguramente, susceptible de identificarse en la expresión “en perjuicio de tercero” que ha incluido en la última reforma el legislador español). Diría más aún: el elemento del conocimiento a todos nos recuerda al **criterio del puerto seguro**<sup>11</sup> que el legislador (europeo) reconoce explícitamente en la **Directiva 2000/31 (art.12)**<sup>12</sup> y el legislador español en la **Ley 34/2002 (en particular, art. 17, sobre proveedores de enlaces)**<sup>13</sup>. Lo que sucede es que: 1) no se regula igual; y 2) la finalidad de ambas normas no es la misma.

---

<sup>10</sup> Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal, modificado por última vez mediante Ley Orgánica 1/2015, de 30 de marzo,

<sup>11</sup> SÁNCHEZ ARISTI, Rafael. “El tratamiento del TJUE de los enlaces de Internet y del derecho exclusivo de comunicación pública: Asunto «Stichting Brein»”, Coloquio en Fundación para la Investigación sobre el Derecho y la Empresa, 20 de junio de 2017 (inédito).

<sup>12</sup> Directiva 2000/31 CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico)

<sup>13</sup> Artículo 17. Responsabilidad de los prestadores de servicios que faciliten enlaces a contenidos o instrumentos de búsqueda.

### 3.2.2. Análisis crítico

Las dudas que suscitan estas apreciaciones son de distinto calado. De manera provisional pueden avanzarse algunas de ellas desde este momento:

**1ª) ¿es razonable hacer depender la responsabilidad de quien está realizando un acto de comunicación pública del estado de conocimiento por quien lo protagoniza, respecto a actos anteriores?**

Antes del caso GSMedia, la Ley española de Propiedad Intelectual, recogió en su art.138.II *que también se considerará responsable de una infracción de derechos exclusivos de propiedad intelectual a quien coopere con la misma, conociendo la conducta infractora o contando con indicios razonables para conocerla.*<sup>14</sup> No obstante, es cuestionable si estamos ante una actividad de “cooperación”, en sentido propio. Sería bueno delimitar en qué consiste y cuáles son sus atributos identificativos; pero nuestros tribunales no lo han hecho aún (en sede civil).

**2ª) ¿Cómo se va a articular la prueba de ese “conocimiento”?** A falta de otros elementos de reflexión, es factible pensar que, seguramente, el autor o productor, por su propio interés, se sienten invitados a adoptar medidas

---

*1. Los prestadores de servicios de la sociedad de la información que faciliten enlaces a otros contenidos o incluyan en los suyos directorios o instrumentos de búsqueda de contenidos no serán responsables por la información a la que dirijan a los destinatarios de sus servicios, siempre que:*

- a) No tengan conocimiento efectivo de que la actividad o la información a la que remiten o recomiendan es ilícita o de que lesiona bienes o derechos de un tercero susceptibles de indemnización, o*
- b) Si lo tienen, actúen con diligencia para suprimir o inutilizar el enlace correspondiente.*

*Se entenderá que el prestador de servicios tiene el conocimiento efectivo a que se refiere el párrafo a) cuando un órgano competente haya declarado la ilicitud de los datos, ordenado su retirada o que se imposibilite el acceso a los mismos, o se hubiera declarado la existencia de la lesión, y el prestador conociera la correspondiente resolución, sin perjuicio de los procedimientos de detección y retirada de contenidos que los prestadores apliquen en virtud de acuerdos voluntarios y de otros medios de conocimiento efectivo que pudieran establecerse.*

*2. La exención de responsabilidad establecida en el apartado 1 no operará en el supuesto de que el proveedor de contenidos al que se enlace o cuya localización se facilite actúe bajo la dirección, autoridad o control del prestador que facilite la localización de esos contenidos.*

<sup>14</sup> Artículo redactado por la Ley 23/2006, pero cuya redacción vigente procede de la Ley 21/2014. La Ley 23/2006 se remitía explícitamente a los requisitos de la Ley 34/2002, sobre Comercio Electrónico, con una ambigua expresión (“aunque los actos de dichos intermediarios no constituyan en sí mismos una infracción, sin perjuicio de lo dispuesto en la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico”)

tecnológicas, para preconstituir la prueba de que “claramente” cualquier comunicación pública (inicial o sucesiva) se ha hecho contra su voluntad, porque se ha violado un dispositivo DRM para ello.

3º) **el infractor de derechos exclusivos de propiedad intelectual en los ámbitos digitales, ¿es más bien y únicamente un prestador de servicios responsable y debemos olvidarnos de vincularlo doblemente a una infracción de derechos exclusivos de propiedad intelectual?** Lo digo porque otra respuesta nos está obligando a incluir en el ámbito de las infracciones de derechos exclusivos de propiedad intelectual algunos elementos que chirrían con el andamiaje clásico. Y, por otra parte, a duplicar una regulación (única) en dos sedes distintas.

4º) **Esta doctrina vuelve, con más fuerza, sobre la idea del agotamiento del derecho:** si el titular consiente (una primera comunicación pública), las posteriores ya no se consideran ilícitas. Lo que nos devuelve a las reflexiones anteriores, junto con la apariencia de estabilidad de esta (nueva) doctrina sobre el agotamiento<sup>15</sup>

### 3.3. Caso Filmspeler

En la sentencia sobre este caso (STJUE 26 de abril de 2017, as. C-527/15), el TJUE reitera y aplica la **doctrina sentada en el caso GSMedia**, respondiendo de un modo muy interesante a cuestiones preliminares que versan acerca de si **la venta de un reproductor multimedia, que lleva preinstalados ciertos complementos, es un acto de comunicación al público.**

Unos reproductores multimedia llamados Filmspeler. una vez conectados a internet, permiten reproducir en *streaming* imagen y sonido en una pantalla. El reproductor lleva preinstalados plugins o complementos disponibles en internet, sobre los cuales el creador no tenía control, porque los habían creado terceros. Dichos complementos incluyen hipervínculos que redirigen a páginas web donde

---

<sup>15</sup> Se verá, más adelante, que esto no resulta tan meridianamente claro a la luz de posteriores pronunciamientos (muy próximos en el tiempo, por cierto).

se emiten contenidos protegidos, algunos de ellos sin autorización de los titulares de los derechos.

### 3.3.1. Doctrina del caso *Filmspeler*

En concreto, por lo que aquí interesa, el TJUE razona, que la “*venta del reproductor multimedia Filmspeler se llevó a cabo con pleno conocimiento del hecho de que las extensiones que contenían hipervínculos preinstalados en dicho reproductor permitían acceder a obras ilegalmente publicadas en internet. En efecto (...) la publicidad relativa a dicho reproductor multimedia menciona específicamente que éste permite, en particular, ver gratuita y fácilmente, en una pantalla de televisión material audiovisual disponible en internet sin la autorización de los titulares de los derechos de autor*” (pfo 50). De este modo, el TJUE conecta el **conocimiento y el ánimo de lucro** con la afirmación de que “**el precio pagado por dicho reproductor se abona principalmente para poder acceder directamente a las obras protegidas disponibles**”. Y todo ello conduce a que la sentencia considere que, por consiguiente, quien fabrica un dispositivo de estas características, también está realizando actos de comunicación pública, en este caso, ilícita, porque se aplica **la doctrina sentada en el asunto GSMedia (ánimo de lucro, presunción *iuris tantum* de conocimiento, reforzada con la existencia de conocimiento efectivo relatada)**.

### 3.3.2. Análisis crítico

La vinculación con la solución al caso GSMedia resulta indudable; y, en ese sentido, el fallo del TJUE sobre este asunto proporciona coherencia a la construcción de un marco de referencia para el concepto comunitario de comunicación pública<sup>16</sup>. Concepto que, no obstante, alcanza en esta sentencia, quizá, uno de sus puntos álgidos, en cuanto amplitud, hasta el momento. Aproximándonos al razonamiento del TJUE, resulta confusa la expansión del significado de la comunicación pública, que se ha generado como resultado de la posibilidad de “trazar” puentes de contacto con fórmulas, materialmente, bastante alejadas del acto material de comunicación pública. Y que,

---

<sup>16</sup> La STJUE sobre el asunto Rafael Hoteles afirmó por vez primera que existía un concepto autónomo de “comunicación pública” que incumbe al Derecho Europeo (STJUE 7-12-2006, as. C-306/05, pfo.31).

como si fuera una construcción de naipes o de palillos, parece mantener una conexión sutil, ligera, tanto que sus límites resultan casi nebulosos.

### 3.4. *Caso PirateBay*

La cuestión prejudicial que llega al TJUE en este caso está vinculada con una demanda planteada contra unos proveedores de acceso cuyos abonados, en un altísimo número, utilizan la plataforma de intercambio en línea TPB, un índice BitTorrent. El BitTorrent es un protocolo en virtud del cual los usuarios (llamados «pares» o «peers») pueden intercambiar ficheros. La característica esencial del BitTorrent radica en que los ficheros que se intercambian se dividen en pequeñas partes, de manera que no es necesario disponer de un servidor centralizado para almacenar los ficheros, lo que alivia la carga de los servidores individuales durante el procedimiento de intercambio. Para poder intercambiar ficheros, los usuarios deben descargar antes de nada un software específico, denominado «cliente-BitTorrent», que no es ofrecido por la plataforma de intercambio en línea TPB. Este «cliente-Bit-Torrent» es un software que permite crear ficheros torrents.

Los usuarios (denominados «seeders» o «sembradores») que deseen poner un fichero que se encuentre en su ordenador a disposición de otros usuarios (denominados «leechers» o «sanguijuelas») deben crear un fichero torrent con la ayuda de su cliente-BitTorrent. Los ficheros torrents remiten a un servidor centralizado (denominado «tracker» o «rastreador») que identifica los usuarios disponibles para intercambiar un fichero torrent determinado y el fichero multimedia subyacente. Los seeders suben (*upload*) esos ficheros torrents a una plataforma de intercambio en línea como TPB, que a continuación los indexa para que los usuarios de la plataforma de intercambio en línea puedan encontrarlos y para que las obras a las que reenvían esos ficheros torrents puedan descargarse (*download*) en los ordenadores de los usuarios en varios fragmentos, a través de su cliente-BitTorrent. Los ficheros torrents propuestos en la plataforma de intercambio en línea TPB remiten, en su gran mayoría, a obras protegidas por derechos de autor, sin que los titulares de estos derechos hayan concedido su autorización a los administradores y a los usuarios de esta plataforma para realizar los actos de intercambio de que se trata.

En el litigio principal, Stichting Brein (una entidad de gestión holandesa) solicita, con carácter principal, que se ordene a Ziggo y a XS4ALL (los proveedores de acceso) bloquear los nombres de dominio y las direcciones IP de la plataforma de intercambio en línea TPB, con el fin de evitar que los servicios de esos proveedores de acceso a Internet puedan utilizarse para infringir los derechos de autor y derechos afines de los titulares de derechos cuyos intereses protege Stichting Brein.

#### 3.4.1. Doctrina del caso *Pirate Bay*

En este fallo (STJUE 14 de junio de 2017, as. C-610/15), el TJUE afirma que “*los administradores de [una plataforma de intercambio en línea] fueron informados de que esta plataforma que ponen a disposición de los usuarios y que gestionan proporciona acceso a obras publicadas sin autorización de los titulares de derechos y, por otra parte, los mismos administradores manifiestan expresamente en los blogs y foros disponibles, su objetivo de poner obras protegidas a disposición de los usuarios e incitar a éstos a realizar copias de dichas obras*”. En esta medida, “**no podían ignorar**” que la plataforma permitía acceder a obras publicadas sin autorización de los titulares de derechos. **Y, en consecuencia, afirma el TJUE, existe una “comunicación a un público nuevo”**. ¿Qué ha resultado ser, entonces, el público nuevo....? ¿Todo el público que accede a una obra ilegalmente difundida? ¿Con independencia de técnicas empleadas o de carácter abierto de la primera difusión? He de decir, que no resulta sorprendente este “giro de tuerca”, que intenta evitar una evolución indeseada del concepto de “público nuevo” que había aparecido en los asuntos TVCatchup y Svensson (2013 y 2014, respectivamente). Pero el **salto cualitativo, se ha producido sin previo aviso**.

#### 3.4.2. Análisis crítico

El fallo en este caso nos enfrenta a una pregunta ineludible: **¿es esta una remodelación del criterio de público “nuevo”....?** Hay que tener en cuenta, que, desde el asunto GSMedia, el TJUE ya no ha tratado del mismo modo este requisito. Lo ha pasado a considerar **un elemento “complementario”**, que se valorará conjuntamente con otros del mismo tipo, cuando se verifiquen las dos únicas características esenciales (que haya

puesta a disposición efectiva –*comunicación*- y que se ofrezca la difusión de la obra a un *público* –pluralidad indiferenciada y potencial de receptores-).

Pero, quizá, haya que ir más allá. Si leemos la decisión del caso Pirate Bay a la luz de un pronunciamiento posterior (STJUE 6-03-2017, as. C-138/16, caso AKM), parece, incluso, que la doctrina del “público nuevo” comenzara a desdibujarse. En el caso AKM se plantea si la entidad austríaca Zürs.net explota una instalación de red por cable en Zürs (Austria), realiza actos de comunicación pública. Esencialmente, la red de la demandada se dedica a transmitir por cable programas de radio y televisión, unos emitidos inicialmente por el organismo nacional de radiodifusión (ORF) y otros por otros organismos de radiodifusión. A pesar de tratarse de formas de comunicación pública técnicamente distintas (las emisiones originarias y las transmisiones que realiza Zürs.net), el TJUE entra a verificar si existe “público nuevo”. Surge la duda inevitable de si el Tribunal europeo contraviene la doctrina contenida en el caso Svensson y en el caso TVCatchup. O sencillamente, el “público nuevo” muestra las debilidades que se detectaron tiempo atrás por parte de la doctrina crítica. Muy probablemente, en mi opinión, estamos ante un claro síntoma de que se trata de un concepto superfluo y prescindible. Perfectamente sustituible por la acreditación de un elemento mucho más significativo: el de la intermediación activa, determinante y deliberada de quien se interpone como servicio que facilita la puesta a disposición del público de una obra.

### 3.5. *Balance.*

En conclusión, por tanto, tras analizar la **expansión interpretativa** del concepto “comunicación pública” que está realizando el TJUE, puede afirmarse que, hasta ahora, ha supuesto más de **una dislocación conceptual** difícil de explicar y que, además, nos obliga a asumir que estamos ante un **concepto cambiante**, en lo que se refiere al ámbito digital. Además, se intuye, en esta breve historia reciente del derecho de comunicación pública, que **comienza a asumirse implícitamente que puede ser un derecho exclusivo susceptible de agotamiento**. Por lo demás, la actividad del TJUE sobre la delimitación del supuesto de comunicación pública resulta extraña porque sus reflexiones discurren muy próximas a la regulación de la actividad de **prestadores de servicios de la sociedad de la información** (proveedores de contenidos o de acceso), pero distantes de lo que interesa a un asunto sobre propiedad intelectual. La pregunta es

inevitable: ¿es este el futuro de los derechos exclusivos en el ámbito digital? ¿La propiedad intelectual resulta superada y sustituida por las reglas de responsabilidad de los agentes neutros de la sociedad de la información?. Por añadidura, detectamos, además, una falta de coherencia en el avance de los pronunciamientos que oscurece la certeza de que se haya encontrado un cauce por el que hacer discurrir el concepto. Tentativas como la del “público nuevo” y su aparente retroceso (está por ver), ilustran esta pauta.

#### 4. Evolución normativa del concepto de comunicación pública

##### 4.1. La puesta a disposición como comunicación pública

La segunda forma de intervención sobre el sistema de propiedad intelectual se corresponde, como hemos dicho, con la **intervención normativa**. Un buen ejemplo de ello es la modalidad de comunicación denominada “puesta a disposición del público” (*Recht der öffentlichen Zugänglichmachung*). Este concepto nace en **Derecho europeo** con la **Directiva 2001/29**, de 22 de mayo, relativa a la armonización de determinados aspectos de los derechos de autor y derechos afines a los derechos de autor en la sociedad de la información. No obstante, el origen del mismo se remonta a los Tratados OMPI de 1996, arts. 8 Tratado OMPI sobre Derecho de Autor (TODA); 10 y 14 Tratado OMPI sobre Interpretación o Ejecución de Fonogramas (TOIEF). La Directiva 2001/29 define la *puesta a disposición* como una forma de comunicación pública caracterizada porque cualquier persona pueda acceder a la obra o grabación **desde el lugar y en el momento que elija** (art.3). Los redactores de la Directiva (y de los Tratados) señalaban que esta característica justifica la necesidad del nuevo concepto y distingue los casos de puesta a disposición del resto de formas de comunicación pública. Cuando el usuario tiene la capacidad de escoger **dónde y (sobre todo) cuándo**<sup>17</sup> quiere

---

<sup>17</sup> Poder determinar dónde implica que los miembros del público no presente no tienen que estar reunidos en un mismo lugar; en la puesta a disposición los miembros del público pueden acceder a la obra o prestación desde diferentes lugares, el que cada uno de ellos escoja. Esta posibilidad, ciertamente, se produce con mucha intensidad en las utilidades de obras y prestaciones a través de internet, porque el usuario, desde su ordenador (portátil o no) o cualquier otro dispositivo móvil (Smartphone, tablet), puede verificar el acceso a ellas desde el lugar que decide de acuerdo con sus preferencias. Sin embargo, esta posibilidad se verifica también en supuestos de transmisión digital que, sin embargo, no constituyen un caso de puesta a disposición, por estar sometidos a la predeterminación temporal de quien ofrece la obra o prestación (piénsese en los casos de webcasting o simulcasting de los que hemos hablado más arriba); e incluso en supuestos, en los que no hay ni siquiera un proceso electromagnético (piénsese en los casos de radiodifusión, en los que el público podía recibir la señal a través de receptores portátiles, como



recibir una transmisión, el acto de comunicación se convierte en **interactivo, porque el público ya no tiene un papel meramente pasivo.**

Internet ha provocado la generalización de esta forma interactiva de comunicación pública y, en ese sentido, la necesidad de crear una norma, regulando un derecho de exclusiva sobre ella, cuando el objeto comunicado son obras o grabaciones. En España se contiene en los artículos 20.2.i, 108, 116, 122 y 126 LPI (§19.a, 78, 85, 87, 94 UrhG). **Pero en internet conviven fórmulas de comunicación interactiva con otras que no lo son.** Así, por ejemplo, constituye “puesta a disposición” la actividad de un sitio web que me permite ver el programa emitido en una cadena de televisión la semana pasada, recuperando un podcast que contiene su grabación y al que yo accedo cuando lo deseo. Por el contrario, no constituye puesta a disposición, sino comunicación pública ordinaria, la actividad de una emisora de radio que solo se sintoniza a través de internet y que transmite música todo el día. En este caso, el público no tiene capacidad para decidir qué quiere escuchar o cuándo; estas son decisiones solo de la emisora. Es una actividad lineal, que la voluntad del usuario no puede alterar.

#### 4.2. *El problema: la interactividad.*

El problema se ha planteado al calificar la actividad a la que tienden muchas plataformas de éxito como Spotify o Deezer. Estos servicios ofrecen al cliente **dos grupos de posibilidades de interacción**: 1) la **forma básica** y la primera que se ofertó (denominada *on demand*, “a la carta”, “*dienste auf Abruf*”): el usuario conoce una canción y la busca en el repertorio de Spotify. El servicio le devuelve el resultado de su búsqueda, que es un archivo de audio, que el usuario puede escuchar, detener, pausar, repetir, e incluso compartir en redes sociales mientras lo escucha; 2) la **forma más evolucionada** de estas plataformas, y que se ha introducido en el mercado atendiendo a una demanda del público: a partir de las elecciones o peticiones inicialmente realizadas por el usuario, el servicio propone una lista de “sugerencias” que, si el usuario no lo impide, comenzarán a sonar como una lista de temas *personalizada*. O bien, el sistema

---

transistores o televisores portátiles). BULLINGER, W. “Kommentar zum §19.a UrhG”, en WANDTKE, A.A.; BULLINGER, W. *Praxis Kommentar zum Urheberrecht*, 4 Aufl., Beck, 2014, p.324, 327, 328; DREIER, T. “Kommentar zum §19.a UrhG”, en DREIER, T.; SCHULZE, G. *Urheberrechtsgesetz, Urheberrechtswahrmungsgesetz, Kunsturhebergesetz. Kommentar*, 5 Aufl Beck, 2015, Rn.9.

le permite seleccionar un “bloque” de temas, reunidos como “Éxitos en Español”, “Música Acústica”, “Música Chillout”, etc. Una vez dentro del bloque, el usuario puede pausar, detener, saltar, solicitar la reproducción en orden aleatorio o repetir cada tema cuantas veces quiera; además de valorarla y compartirla. Pero ciertamente, la preselección la ha realizado el sistema. ¿Cómo lo hace? Bien a partir de la petición directa del bloque por el consumidor; bien a partir de las preferencias que el usuario demuestra en su histórico: qué elecciones hace, qué canciones evita, qué canciones comparte, qué canciones repite, etc. El sistema incorpora una serie de filtros que transforman esas selecciones personales en opciones de preferencias posibles. Y nos las devuelve en forma de lista de sugerencias u opciones. Y nuevamente, las decisiones que tomemos en cada caso, volverán a procesarse por el sistema, que recordará nuestros gustos la próxima vez que recurramos a sus propuestas. Si bien la primera forma queda claro que constituye puesta a disposición de las grabaciones musicales, para las que Spotify deberá contar con las autorizaciones correspondientes, la segunda fórmula está siendo judicialmente discutida. La entidad de gestión AIE (representante de los artistas musicales)<sup>18</sup> ha demandado en España al prestador de servicios Spotify, alegando que, en estos casos, el acto de comunicación no tiene carácter interactivo porque el usuario se limita a poder escuchar lo que el servicio le propone.

En mi opinión no puede compartirse la afirmación de los demandantes por **tres motivos** (los mismos tres que avalan su carácter interactivo):

**Primero:** porque no hay duda de que el **usuario participa**, con carácter **determinante, en cada una de las etapas del acto de comunicación** (en la preselección, escogiendo el bloque o suministrando información al sistema sobre sus preferencias; en la escucha de los temas, decidiendo qué, cuánto y cómo quiere escuchar cada canción);

**Segundo:** porque **reducir la interactividad a los supuestos de relación “on demand”** (“*a la carta*”, “*Dienste auf Abruf*”) **vacía de contenido la norma generada con la Directiva 2001/29**. Supone una interpretación abrogativa de la norma y su finalidad. Los servicios más actuales, más sofisticados y más próximos al futuro del mercado de obras y grabaciones, resultarían regidos por la versión más antigua de la comunicación pública. ¿Para qué vale entonces la (moderna) normativa sobre puesta a

---

<sup>18</sup> AIE Sociedad de Artistas Intérpretes o Ejecutantes de España, <https://www.aie.es/>.

disposición? ¿Para afrontar los usos más “antiguos” de internet, y que están ampliamente superados en esta etapa de la evolución digital y que, además, ya no satisfacen al usuario?. El público, cada vez más, necesita y demanda que los servicios digitales le “ayuden” a explorar la enorme cantidad de información que alberga la red. Resulta desconcertante entonces admitir que, en 2001, se creó una norma para regular las situaciones del pasado.

**Tercero:** porque en lo que concierne concretamente al Ordenamiento español, aplicando un criterio puramente sistemático, este mismo vaciado, generaría un ulterior efecto en relación con los derechos de propiedad intelectual de artistas y productores difícilmente justificable. La negación del carácter de puesta a disposición a muchos de los casos que no se subsumen entre las transmisiones estrictamente *on demand* implicaría su inclusión dentro de (alguno de) los otros supuestos de comunicación pública (cfr. art. 20.2 LPI). De acuerdo con el art. 116 LPI<sup>19</sup>, el productor de fonogramas carece de un derecho exclusivo sobre la comunicación pública de los mismos (con la única excepción de los casos de puesta a disposición). Y, de acuerdo con el art. 108 LPI, tampoco los artistas (sean audiovisuales o fonográficos) disponen de un derecho exclusivo sobre la comunicación pública de las grabaciones en las que participan (a excepción, nuevamente de los casos en que la comunicación pública se realice en la forma de puesta a disposición)<sup>20</sup>. En definitiva, servicios como las radios

---

<sup>19</sup> Artículo 116. Comunicación pública.

*1. Corresponde al productor de fonogramas el derecho exclusivo de autorizar la comunicación pública de sus fonogramas y de las reproducciones de éstos en la forma establecida en el artículo 20.2.i).*

*Cuando la comunicación al público se realice vía satélite o por cable y en los términos previstos, respectivamente, en los apartados 3 y 4 del artículo 20, será de aplicación lo dispuesto en tales preceptos.*

*2. Los usuarios de un fonograma publicado con fines comerciales, o de una reproducción de dicho fonograma que se utilice para cualquier forma de comunicación pública, tienen obligación de pagar una remuneración equitativa y única a los productores de fonogramas y a los artistas intérpretes o ejecutantes, entre los cuales se efectuará el reparto de aquélla. A falta de acuerdo entre ellos sobre dicho reparto, éste se realizará por partes iguales. Se excluye de dicha obligación de pago la puesta a disposición del público en la forma establecida en el artículo 20.2.i), sin perjuicio de lo establecido en el apartado 3 del artículo 108.*

*3. El derecho a la remuneración equitativa y única a que se refiere el apartado anterior se hará efectivo a través de las entidades de gestión de los derechos de propiedad intelectual. La efectividad de este derecho a través de las respectivas entidades de gestión comprenderá la negociación con los usuarios, la determinación, recaudación y distribución de la remuneración correspondiente, así como cualquier otra actuación necesaria para asegurar la efectividad de aquél.*

<sup>20</sup> Artículo 108. Comunicación pública.

interactivas (u otros servicios híbridos análogos), que, como hemos visto, se basan en una utilización contundente de obras y prestaciones ajenas, con un impacto sobre la explotación normal de la grabación más amplia que un caso de simple radiodifusión, y que, además, parecen marcar la línea de desarrollo futuro del mercado digital, funcionarían sin necesidad de respetar ningún género de exclusiva patrimonial. Y precisamente en una serie de casos en que, técnicamente, la posibilidad de controlar el

---

1. *Corresponde al artista intérprete o ejecutante el derecho exclusivo de autorizar la comunicación pública:*

- a) De sus actuaciones, salvo cuando dicha actuación constituya en sí una actuación transmitida por radiodifusión o se realice a partir de una fijación previamente autorizada.*
- b) En cualquier caso, de las fijaciones de sus actuaciones, mediante la puesta a disposición del público, en la forma establecida en el artículo 20.2.i).*

*En ambos casos, la autorización deberá otorgarse por escrito.*

*Cuando la comunicación al público se realice vía satélite o por cable y en los términos previstos, respectivamente, en los apartados 3 y 4 del artículo 20 y concordantes de esta ley, será de aplicación lo dispuesto en tales preceptos.*

2. *Cuando el artista intérprete o ejecutante celebre individual o colectivamente con un productor de fonogramas o de grabaciones audiovisuales contratos relativos a la producción de éstos, se presumirá que, salvo pacto en contrario en el contrato y a salvo del derecho irrenunciable a la remuneración equitativa a que se refiere el apartado siguiente, ha transferido su derecho de puesta a disposición del público a que se refiere el apartado 1.b).*

3. *El artista intérprete o ejecutante que haya transferido o cedido a un productor de fonogramas o de grabaciones audiovisuales su derecho de puesta a disposición del público a que se refiere el apartado 1.b), respecto de un fonograma o de un original o una copia de una grabación audiovisual, conservará el derecho irrenunciable a obtener una remuneración equitativa de quien realice tal puesta a disposición.*

4. *Los usuarios de un fonograma publicado con fines comerciales, o de una reproducción de dicho fonograma que se utilice para cualquier forma de comunicación pública, tienen obligación de pagar una remuneración equitativa y única a los artistas intérpretes o ejecutantes y a los productores de fonogramas, entre los cuales se efectuará el reparto de aquélla. A falta de acuerdo entre ellos sobre dicho reparto, éste se realizará por partes iguales. Se excluye de dicha obligación de pago la puesta a disposición del público en la forma establecida en el artículo 20.2.i), sin perjuicio de lo establecido en el apartado 3 de este artículo.*

5. *Los usuarios de las grabaciones audiovisuales que se utilicen para los actos de comunicación pública previstos en el artículo 20.2.f) y g) tienen obligación de pagar a los artistas intérpretes o ejecutantes y a los productores de grabaciones audiovisuales la remuneración que proceda, de acuerdo con las tarifas generales establecidas por la correspondiente entidad de gestión.*

*Los usuarios de grabaciones audiovisuales que se utilicen para cualquier acto de comunicación al público, distinto de los señalados en el párrafo anterior y de la puesta a disposición del público prevista en el apartado 1.b), tienen asimismo la obligación de pagar una remuneración equitativa a los artistas intérpretes o ejecutantes, sin perjuicio de lo establecido en el apartado 3.*

6. *El derecho a las remuneraciones a que se refieren los apartados 3, 4 y 5 se hará efectivo a través de las entidades de gestión de los derechos de propiedad intelectual. La efectividad de los derechos a través de las respectivas entidades de gestión comprenderá la negociación con los usuarios, la determinación, la recaudación y la distribución de la remuneración correspondiente, así como cualquier otra actuación necesaria para asegurar la efectividad de aquéllos.*

objeto de uso y la intensidad del mismo (por ejemplo, número de veces que se ha hecho sonar una determinada canción en la radio personalizada de cualquier usuario de Spotify) es técnicamente viable; no se trata de explotaciones masivas e imposibles de cuantificar. En resumen, esta vez desde la perspectiva sistemática, nuevamente resulta disruptiva una aplicación de la puesta a disposición restringida al servicio *on demand*, en particular, en el sector de la música.

## 5. Conclusión

Concluyendo, por tanto, puede decirse que la comunicación pública de obras y grabaciones se encuentra sometida actualmente a un proceso de **catarsis**: está olvidando lo que fue e intentando averiguar en lo que va a convertirse. Y no parece fácil anticipar cómo va a continuar escribiéndose esta historia. El TJUE ha considerado indispensable intervenir la **interpretación** del concepto clásico de comunicación pública, generando, en Europa, una definición con **muchos matices complementarios**: el conocimiento, el público nuevo, el avance hacia un agotamiento implícito... ¿Conducirá esto a una próxima (¿?) **intervención normativa** sobre el concepto de comunicación pública? Por el momento, lo único que se aprecia es cierta insuficiencia en la actividad del Tribunal de Justicia de la UE.

Por otra parte, los **conceptos normativos** generados en Derecho Europeo con la era digital, todavía no han eclosionado, a pesar de lo que pudiera parecer. Conceptos clave, como la interactividad, requieren todavía de muchas precisiones. Sin ellas, el concepto de comunicación pública en el mundo digital está sordo y ciego, aunque hayan pasado ya 16 años desde la promulgación de la Directiva 2001/29. En mi opinión, aquí está el futuro de la propiedad intelectual y hoy, seguramente, con estas reflexiones, estamos construyendo algo de ese destino.