

¿SON ACTOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICA LA EMISIÓN DE OBRAS PROTEGIDAS EN LAS CLÍNICAS PRIVADAS?¹

Inmaculada González Cabrera²

PCD Derecho Mercantil

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

RESUMEN:

El presente trabajo tiene por objeto analizar el estado actual de nuestro Derecho positivo, de la doctrina y de las últimas y contradictorias decisiones de nuestros tribunales en relación al uso de los televisores instalados en las habitaciones de los pacientes de las clínicas privadas. La razón de dicho estudio estriba en determinar si el «acto de comunicación pública» que se realiza a través de la emisión en abierto de programas emitidos por las cadenas de televisión generan derechos de «cobro» por las entidades de gestión de los derechos de autor y derechos afines de las cantidades estipuladas por el uso de su «repertorio» o, por el contrario, eximen de dicho pago a quienes explotan estos centros sanitarios porque cabría entender que tales actos de comunicación pública se generan en un ámbito equiparable al doméstico, esto es, al domicilio del paciente.

PALABRAS CLAVE:

Derechos de autor, propiedad intelectual, acto de comunicación pública.

SUMARIO:

I. INTRODUCCIÓN. II. EL CONCEPTO DE ACTO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA. 1. La necesidad de la previa autorización del autor. 2. El acceso a la obra. 3. La falta de distribución de ejemplares de la obra. 4. La exigencia de una pluralidad de personas. III. EL USO DE LOS TELEVISORES EN LAS HABITACIONES DE LOS HOTELES: UN PRECEDENTE NECESARIO. IV. EL USO DE LOS TELEVISORES EN LAS HABITACIONES DE LOS PACIENTES. 1. ¿Caben considerarse éstas como ámbito doméstico del paciente? 2. ¿Existen otras razones que puedan excluir el uso de tales aparatos de la obli-

¹ Este trabajo se ha realizado en el marco del Proyecto del Ministerio de Ciencia e Innovación (DERE2009-08332 /JURI), sobre «La transferencia de resultados de investigación. Identificación de problemas y propuestas de solución», dirigido por el Profesor Carlos Vargas Vasserot.

² Investigadora adscrita de forma permanente al Seminario «Propiedad Industrial y Derecho de la Competencia» de la Universidad de Almería.

gación de pago que incorpora el acto de comunicación pública? V. CONCLUSIONES. VI. BIBLIOGRAFÍA.

ABSTRACT:

The present work has the objective to analyze the current condition of our Statute law, the doctrine and the most recent and contradictory decisions of our courts concerning the use of television sets installed in the rooms of patients in private clinics. The reason for undertaking such a study lies in determining if the «action of communication to the public» that is undertaken by the transmission of undecoded programs on TV channels, can generate a right to collect fees by entities in charge of copyright and related rights, amounting to what is stipulated for the use of their «repertory» or, on the contrary, the use of these services in health centers is exempt from the previously mentioned payment, as it could be considered that such acts of public communication are carried out in an area comparable to a household, i.e., where the patient normally resides.

KEYWORDS:

Copyright, intellectual property, act of public communication.

CONTENTS:

I. INTRODUCTION. II. THE CONCEPT OF ACT OF PUBLIC COMMUNICATION. 1. Need of previous authorization of the author of the work. 2. The access to the work. 3. The lack of distribution of copies of the work. 4. The requirement of a plurality of persons. III. THE USE OF THE TELEVISIONS SETS IN THE ROOMS OF THE HOTELS: A NECESSARY PRECEDENT. IV. THE USE OF THE TELEVISIONS SETS IN THE ROOMS OF THE PATIENTS. 1. Could be considered these as domestic area of the patient? 2. Are there other reasons that could exclude the use of such devices of the obligation of payment corresponding to the act of public communication? V. CONCLUSIONS.

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene por objeto analizar el estado actual de nuestro Derecho positivo, de la doctrina y de las últimas y contradictorias decisiones de nuestros tribunales en relación al uso de los televisores instalados en las habitaciones de los pacientes de las clínicas privadas. La razón de dicho estudio estriba en determinar si el «acto de comunicación pública» que se realiza a través de la emisión en abierto de programas emitidos por las cadenas de televisión generan derechos de «cobro» por las entidades de gestión de los

derechos de autor y derechos afines de las cantidades estipuladas por el uso de su «repertorio» o, por el contrario, eximen de dicho pago a quienes explotan estos centros sanitarios porque cabría entender que tales actos de comunicación pública se generan en un ámbito equiparable al doméstico, esto es, al domicilio del paciente.

La cuestión no es nueva, pues desde hace años ha existido una clara controversia entre las entidades de gestión y los empresarios de la hostelería y la restauración en torno a la obligación del pago de lo que se ha denominado como «canon televisivo» (que no es otra cosa que la remuneración³ que ha de adeudarse por los actos de comunicación pública que se realicen a través de los televisores instalados en hoteles, bares, cafeterías y restaurantes, entre otros establecimientos) y la legitimación para el cobro y en qué condiciones por parte de las distintas entidades de gestión.

A esta controversia ha contribuido la labor de nuestros tribunales al dictar sentencias contradictorias que pueden amparar las tesis de ambas posiciones⁴. Así, el propio Tribunal Supremo comenzó por reconocer como acto de comunicación pública el realizado a través de los televisores de las habitaciones de los hoteles, entendiendo que en las mismas se producía dicho acto por la concurrencia sucesiva de público⁵, para, posteriormente, cambiar radicalmente su posición y excluir las emisiones realizadas a través de los televisores de las habitaciones de los hoteles entendiendo que tales actos se producían en un ámbito estrictamente doméstico⁶. Sin embargo, en la actualidad la posición del Alto Tribunal insiste en el reconocimiento de tales emisiones como actos de comunicación pública.

Pues bien, ya una vez superada la cuestión en el ámbito de la hostelería, la misma vuelve a plantearse en una esfera completamente nueva y bajo el marco de la necesidad de la estancia de un paciente en la habitación de una clínica privada.

³ Sobre el derecho de remuneración de los autores por la explotación de sus obras puede verse a MARTÍN SALAMANCA, S., «A propósito del Auto del Juzgado de lo Mercantil n.º 2 de Madrid, de 24 de noviembre de 2004: Sobre qué derecho de autor se tutela en la comunicación pública de obras musicales», *Pe. i: Revista de propiedad intelectual*, N.º 21, 2005, págs. 123 y sigs; y a BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., «Sentencia de 15 de enero de 2008: Propiedad Intelectual: infracción del derecho de comunicación pública de productores audiovisuales; aplicación de tarifas generales para determinación de la indemnización de daños y perjuicios», *Cuadernos Civitas de Jurisprudencia Civil*, n.º 77, 2008, págs. 1055 y sigs.

⁴ No obstante, los propios tribunales, la doctrina, las entidades de gestión e incluso los empresarios afectados no discuten el derecho de cobro de los titulares de derechos de autor y derechos afines por la explotación de su obra, sino la obligación de dicho pago cuando se limitan a reproducir las obras emitidas por otras entidades (radio, televisión) que ya pagan dichos derechos de explotación por los actos de comunicación pública.

⁵ STS de 11 de marzo de 1996.

⁶ STS de 24 de septiembre de 2002 y de 10 de mayo de 2003.

II. EL CONCEPTO DE ACTO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA

Aunque el concepto de acto de comunicación pública es un tema debatido suficientemente por la doctrina, y que ya tuvimos ocasión de analizar brevemente en un trabajo anterior⁷, resulta de interés volver a traer aquí para averiguar, posteriormente, si los actos que se realizan en las clínicas privadas se ajustan o no a dicho concepto y, en consecuencia, generan o no la obligación del pago de la retribución oportuna que el Ordenamiento Jurídico reconoce a los autores de las obras por la difusión de las mismas.

Se entenderá por comunicación pública todo acto por el cual una pluralidad de personas pueda tener acceso a la obra sin previa distribución de ejemplares a cada una de ellas (art. 20.1 del Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, en lo sucesivo LPI). En dicho concepto se subsumen perfectamente, tanto los actos de emisión original, como la recepción que permite o facilita su difusión, pues si ambos actos no se dieran la actividad del autor «no se difundiría entre los radioyentes o televidentes constituyendo ambas los estadios inicial y último del proceso comunicativo»⁸. Por su parte, el artículo 20.2 de la LPI recoge, de forma meramente enunciativa, los actos que constituyen comunicación pública. Comprende así este derecho toda una serie de actividades que van desde la representación teatral, la disertación de una conferencia, la proyección o exhibición pública de cualesquiera obras, incluidas las cinematográficas y audiovisuales, la difusión de una obra por radio o por televisión de forma inalámbrica, por satélite, etc.

Dicho texto legal prevé, de un lado, que el acto de comunicación pública debe ser ejercitado o autorizado exclusivamente por el autor de la obra (art. 17 de la LPI), de tal manera que cualquier comunicación pública que se haga por persona distinta de su titular, sin su conocimiento y consentimiento puede constituir bien un ilícito civil, bien un ilícito penal⁹; de otro, debe permitir el acceso a la obra de una pluralidad de personas; y por último, dicha pluralidad de personas y el acceso al que nos hemos referido deben ser constitutivos de publicidad, sin que medie la distribución de ejemplares de la obra a quienes disfruten de ella¹⁰. Por tanto, el concepto de «acto de comunicación pública» se define por los siguientes elementos: la autorización del acto por su autor o ti-

⁷ GONZÁLEZ CABRERA, I., «El Derecho de puesta a disposición del público: ¿un nuevo derecho o un subgénero del derecho de comunicación pública?», *Actualidad Civil*, N.º 19, Noviembre de 2004, págs. 2276 y sigs.

⁸ Acertadamente lo deduce de las múltiples sentencias que toma en consideración DEL ESTAL SASTRE, R., «Propiedad intelectual. Vulneración del derecho a la comunicación pública. (Comentario a la sentencia del Tribunal Supremo, Sala Primera, de 19 de julio de 1993)», *Poder Judicial*, n.º 33, 1994, pág. 400.

⁹ Ver al respecto a VEGA VEGA, J.A., «Nuevas tecnologías y protección de la propiedad intelectual», en ROGEL VIDE, C. (Coord.), *Nuevas tecnologías y Propiedad intelectual*, Madrid, 1999, págs. 179 y sigs.

¹⁰ En el mismo sentido se manifiestan, RIVERO HERNÁNDEZ, F., «Comentario al artículo 20 LPI», en BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., (Coord.) *Comentarios a la Ley de propiedad intelectual*, 2.^a

tular de los derechos afines, el acceso del público a la obra y la no distribución de ejemplares de la misma.

1. LA NECESIDAD DE LA PREVIA AUTORIZACIÓN DEL AUTOR

Como acabamos de señalar, la comunicación pública es uno de los derechos de explotación patrimonial de una obra o creación que corresponde, en exclusiva, al autor de dicha obra, con las excepciones y limitaciones que prevea la ley¹¹. Dicho derecho exclusivo supone la expresión del carácter absoluto y *erga omnes* de la propiedad intelectual, que se manifiesta en un doble aspecto: en cuanto el titular puede ejercitar de forma directa las facultades o poderes que le son reconocidos, sin intermediación de nadie, y en su posibilidad de oponerlos frente a todos los demás y exigir del resto de las personas un deber de respeto y abstención¹².

2. EL ACCESO A LA OBRA

Ciertamente, el acto de comunicación pública precisa que sus destinatarios puedan acceder a la obra por cualquiera de las formas en que ésta puede ser puesta en su conocimiento. Dicho acceso a la obra, como elemento configurador del derecho de comunicación pública, requiere la posibilidad de acceso efectivo a la creación, perfectamente perceptible, no una mera accesibilidad¹³, esto es, que dicha comunicación tenga carácter público, porque pueda accederse a la obra para su disfrute. Ahora bien, dicho derecho no obliga a que el acceso se haga efectivo¹⁴, es decir, dicho derecho exige que quienes deseen disfrutar

ed., Tecnos, 1997, pág. 373; y ERDOZAIN LÓPEZ, J.C., *Derechos de autor y propiedad intelectual en Internet*, Tecnos, 2002, pág. 126, quien afirma que «Se parte, pues, de un macroconcepto (el de comunicación pública) dentro del cual se incluyen una serie de actos caracterizados por el hecho de que la explotación de la obra o prestación se produce sin previo reparto o distribución de ejemplares físicos a cada uno de los integrantes del público y sin que exista una conexión técnica entre los elementos que permitan el disfrute o acceso a la obra o prestación (cfr. art. 20 LPI). Lo relevante es, precisamente, que la explotación de la obra o prestación se produzca sin que aquella requiera de un soporte físico, cuyo requisito permite distinguir este derecho de explotación del de distribución».

¹¹ En efecto, el Capítulo II de esta norma se refiere a los límites de los derechos de explotación y, entre ellos, se recogen la tan discutida copia privada, el derecho de citas y reseñas con fines docentes o de investigación o el derecho de comunicar públicamente trabajos y artículos sobre temas de actualidad, siempre y cuando en ambos casos se haga constar la fuente y el autor, entre otros.

¹² Así se expresa RIVERO HERNÁNDEZ, F., «Derechos de explotación», *Comentarios a la Ley de propiedad intelectual*, ob. cit., págs. 267 y sigs., con quien, como no podía ser de otra forma, coincidimos.

¹³ RIVERO HERNÁNDEZ, F., «Comentario al artículo 20 LPI», en BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., (Coord.), *Comentarios a la Ley de propiedad intelectual*, 2.ª ed., Tecnos, 1997, pág. 374.

¹⁴ Se infiere, por tanto, que no es preciso que el público tenga un acceso efectivo, sino que es suficiente con que se dé la mera posibilidad de dicho acceso, ERDOZAIN LÓPEZ, J.C., *Derechos de autor y propiedad intelectual en Internet*, ob. cit., págs. 128 y sig.

de la creación puedan hacerlo, porque la forma en que la misma se pone a su disposición les permite aprehenderla, no requiere, por contra, que, efectivamente, la obra sea disfrutada por el público, basta que pueda serlo porque se han dispuesto todos los medios para que la misma llegue a dicho público.

Por tanto, para averiguar si estamos ante un acto de comunicación pública, habrá que ver si la comunicación tiene o no carácter público atendiendo a que pueda accederse a la obra o a la prestación protegida, independientemente de que se acceda o no a ella. Esta diferencia resulta muy clara en el artículo 20.1 de la LPI cuando, al definir el derecho de comunicación pública señala que se entenderá por comunicación pública todo acto por el cual una pluralidad de personas «pueda tener acceso a la obra»; no exige el precepto que, efectivamente, se produzca dicho acceso, basta que se pueda tener acceso a la misma para considerar que estamos ante un acto de comunicación pública¹⁵.

3. LA FALTA DE DISTRIBUCIÓN DE EJEMPLARES DE LA OBRA

El derecho de comunicación pública se caracteriza por permitir hacer llegar al público, como destinatario último, el contenido intelectual o artístico de una creación sin previa distribución¹⁶ de ejemplares de la misma; bien al contrario, basta la mera atención personal del espectador para permitirle una percepción o aprehensión directa de la citada creación¹⁷. Esencialmente pues, la comunicación pública es un modo de explotación intangible, que no requiere la incorporación de la obra o prestación a un medio físico para su disfrute¹⁸.

¹⁵ Ya tuvimos ocasión de señalar que, precisamente, nuestra jurisprudencia ha admitido que es suficiente la mera presencia de aparatos receptores para que se reconozcan las pretensiones de las demandas interpuestas por las entidades de gestión al objeto del cese de los actos de comunicación pública y la indemnización que les corresponde, dado que no se requiere la efectiva comunicación al público, sino los medios para que puedan ponerse a disposición del público tales obras y que el mismo pueda disfrutarla sin previa distribución de ejemplares. Al respecto, ver a GONZÁLEZ CABRERA, I., «El Derecho de puesta a disposición del público: ¿un nuevo derecho o un subgénero del derecho de comunicación pública?», *ob. cit.*, pág. 2283.

¹⁶ El artículo 19.1 de la LPI, establece que «Se entiende por distribución la puesta a disposición del público del original o de copias de la obra, en un soporte tangible, mediante su venta, alquiler, préstamo o de cualquier otra forma».

¹⁷ RIVERO HERNÁNDEZ, F., «Comentario al artículo 20 LPI», *ob. cit.*, pág. 369.

¹⁸ Dicha diferencia se ha puesto de manifiesto por autorizada doctrina entre la que cabe destacar a ERDOZAIN LÓPEZ, J. C., «El derecho de comunicación pública» en BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R. (Coord.), *Manual de propiedad intelectual*, 4.^a ed., tirant lo blanch, Valencia, 2009, pág. 82, quien señala que «A diferencia del derecho de distribución, en el que la explotación de la obra o prestación tiene lugar por incorporación a un soporte tangible, que posteriormente es objeto de comercialización, el acto de comunicación pública se caracteriza por que la explotación no requiere dicha incorporación, sino que, antes al contrario, la explotación se confunde con la accesibilidad (disfrute) de la obra o prestación por parte del público, siendo dicha explotación intangible por naturaleza»; y a PÉREZ DE ONTIVEROS BAQUERO, C., «Aproximación al significado de la expresión «ámbito estrictamente doméstico» en la regulación legal de la facultad patrimonial de comunicación pública», *Pe.i. Revista de propiedad intelectual*, N.º 12, septiembre-diciembre 2002,

4. LA EXIGENCIA DE UNA PLURALIDAD DE PERSONAS

Por último, y quizás el elemento más trascendente al objeto del presente trabajo, es la exigencia de que el acto de comunicación se dirija a una pluralidad de personas, es decir, al público. Ahora bien, lo que ha resultado ciertamente complejo en el ámbito del derecho de autor es determinar cuándo podemos considerar que existe público y cuándo no, con el fin de distinguir si estamos ante el acto de comunicación pública protegido por el Ordenamiento Jurídico o ante una de las propias excepciones que la norma reconoce al no existir público en sentido técnico jurídico.

Tradicionalmente se consideraba público a aquél que disfrutaba de una obra de forma simultánea o de forma sucesiva en el tiempo; sin embargo, con la aparición de las nuevas tecnologías la doctrina ha cambiado dicho concepto tradicional por el de público sucesivo temporalmente y de público sucesivo espacialmente, por lo que ha de tenerse presente que, aun cuando del término «público» parece inferirse la existencia de una pluralidad de personas o individuos, lo cierto es que no es necesaria la presencia de dicha pluralidad, bastando la mera presencia de un solo individuo que pueda tener acceso a la obra para que pueda hablarse de público.

Dicho concepto tradicional del derecho de comunicación pública se ha visto ligeramente afectado por la Jurisprudencia del TJCE que ha venido a admitir una especie de concepto de comunicación pública en el ámbito comunitario, sin que se requiera la remisión a los Ordenamientos privados de los Estados miembros. Así, en la Sentencia del TJCE de 7 de diciembre de 2006 se acepta un concepto amplio de «acto de comunicación pública» *«que incluya todo tipo de comunicación al público no presente en el lugar en el que se origina la comunicación. Este derecho debe abarcar cualquier tipo de transmisión o retransmisión de una obra al público, sea con o sin hilos, incluida la radiodifusión. Este derecho no puede abarcar ningún otro tipo de actos»*¹⁹.

Según ARMENGOL I FERRER²⁰ este concepto amplio se apoya en la jurisprudencia emitida en los asuntos *Mediakabel* y *Lagardère*, «en la que se definió el

pág. 28, cuando afirma que «es consustancial al derecho de comunicación pública su inmaterialidad, esto es, la susceptibilidad de aprehensión a través de la vista o el oído sin necesidad de contacto físico con soporte material alguno».

¹⁹ Dicha interpretación se consideró indispensable para la consecución de los objetivos de la 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 con el fin de lograr un elevado nivel de protección a favor de los autores, de modo que éstos pudieran percibir una compensación económica adecuada por el uso de su obra.

²⁰ ARMENGOL I FERRER, F., «La comunicación por medio de televisores instalados en habitaciones de hotel y la protección de los derechos de autor en la sociedad de la información. A propósito de la Sentencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas de 7 de diciembre de 2006, *SGAE c. Rafael Hoteles*», *Revista General de Derecho Europeo*, N.º 13, 2007, pág. 14.

término «público» como un número indeterminado de telespectadores potenciales». A juicio del citado autor, que compartimos, el TJCE propone, a partir de la interpretación de la Directiva 2001/29 y de su propia jurisprudencia, un concepto autónomo en el ámbito comunitario de «comunicación al público» o comunicación pública, en el que se comprenden todos los actos de transmisión por televisión que puedan tener lugar en cualquier dependencia de un hotel (habitaciones, salones, etc.), coincidiendo así con la línea mantenida por el Tribunal Supremo español «que equiparaba a estos efectos los actos de «comunicación simultánea» (en espacios públicos de los hoteles) y de «comunicación sucesiva» (en las habitaciones)»²¹.

Ahora bien, hemos de exceptuar del concepto de público a aquél que quede en el ámbito estrictamente doméstico, es decir, a aquél que venga calificado por el tipo de relaciones familiares o de amistad²², que puedan existir entre quienes disfruten de la obra objeto de protección.

Ya señalamos²³ que el carácter doméstico del acto de comunicación pública es posible definirlo por su dimensión espacial o temporal y su extensión acumulativa. En este sentido, estaremos ante un acto de recepción y, por tanto, no de comunicación pública cuando el acto tiene lugar en un ámbito espacial privado, perfectamente delimitado, al que no se tenga acceso público (por ejemplo, el domicilio de una persona)²⁴, y en el que no medie el pago de una entrada o remuneración alguna para el disfrute de dicha obra²⁵. Por el contrario, nos en-

²¹ ARMENGOL I FERRER, F., «La comunicación por medio de televisores instalados en habitaciones de hotel y la protección de los derechos de autor en la sociedad de la información. A propósito de la Sentencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas de 7 de diciembre de 2006, *SGAE c. Rafael Hoteles*», *ob. cit.*, pág. 14.

²² En este «ámbito estrictamente doméstico» habrá que incluir no sólo a quienes habiten en el domicilio, sino a cuantos familiares y amigos acudan con asiduidad al mismo. Así lo pone de manifiesto la Jurisprudencia francesa y se defiende por RIVERO HERNÁNDEZ, F., «Comentario al artículo 20 LPI», *ob. cit.*, pág. 378.

²³ GONZÁLEZ CABRERA, I., «El Derecho de puesta a disposición del público: ¿un nuevo derecho o un subgénero del derecho de comunicación pública?», *ob. cit.*, pág. 2286.

²⁴ Sobre la idoneidad de establecer como ámbito privado el domicilio de la persona y de que puedan, incluso caber dentro del marco recogido por la excepción del párrafo segundo del art. 20, otros lugares delimitados, distintos del domicilio particular, ver, por su interés, a PÉREZ DE ONTIVEROS BAQUERO, C., «Aproximación al significado de la expresión «ámbito estrictamente doméstico» en la regulación legal de la facultad patrimonial de comunicación pública», *ob. cit.*, págs. 41 y sigs.

²⁵ Si bien es verdad, que el carácter remunerado o no de los actos de comunicación pública que se realicen dentro del ámbito familiar, debería ser irrelevante, lo cierto es que resulta ser un elemento relevante para calificar un acto de comunicación pública o de mera recepción, el carácter lucrativo de dicho acto. Dicha tesis se defendió, por el Abogado General La Pergola, en sus conclusiones sobre el asunto resuelto por el TJCE el 3 de febrero de 2000 (Asunto C-293/98) *Egeda contra Hoasa*, cuando señaló que «aun cuando no se exija a los clientes un sobreprecio (formalmente reflejado en un suplemento, o simplemente incorporado al precio del servicio global prestado) por el servicio de distribución interna a las habitaciones, no cabe duda de que dicho servicio reporta al hotel responsable de la utilización secundaria una ventaja económica considerable, en términos de atracción de clientes. Además, todo el mundo sabe que la inclusión del servicio de

contraremos ante un acto de comunicación pública y, por tanto, no doméstico, si el acceso a la obra protegida es individualizado pero acumulable en el tiempo²⁶. Asimismo, habrá de entenderse como comunicación pública la que se realice por medio de aparatos de radio o televisión instalados en bares u otros establecimientos similares²⁷, aún en el caso de que aquella sea susceptible de ser aprehendida, en un momento dado, por una sola persona²⁸.

No obstante, habrá de considerarse como pública toda comunicación que se realice, incluso en el ámbito doméstico, si está conectada a una red de difusión de cualquier tipo²⁹. La amplitud del concepto empleado justifica que dentro del concepto de red se incluya no sólo el cable (en sentido amplio), sino también cualquier otra tecnología que obtenga como resultado la vinculación de una pluralidad de personas o público³⁰. Así pues, y con carácter meramente enunciativo, podemos considerar como cualquier tipo de red desde aquella que puede ser utilizada por una empresa de distribución-cable hasta la co-

distribución de televisión por cable entre los servicios ofrecidos a los clientes por un establecimiento hotelero, en combinación con el número de canales distribuidos, constituye uno de los parámetros normalmente utilizados para la inclusión en una determinada categoría de la clasificación administrativa, con las consiguientes repercusiones en los precios aplicables». A nuestro juicio, este elemento habrá que ser tenido en cuenta en orden a determinar si la retransmisión de obras protegidas a través de los televisores de las habitaciones de los pacientes deben ser consideradas actos de comunicación pública o no.

²⁶ ERDOZAIN LÓPEZ, J.C., *Manual de propiedad intelectual*, ob. cit., pág. 89.

²⁷ La tesis aquí mantenida no es pacífica. Varias son las resoluciones de nuestros Tribunales que se han manifestado sobre este punto concreto. Así, ratifican esta tesis las sentencias de la Audiencia Provincial de Zamora, de 16 de marzo de 1995; de Ávila, de 14 de enero de 1998; y de Madrid, de 20 de enero de 2003. Asimismo, las sentencias del Tribunal Supremo, de 19 de julio de 1993 y de 11 de marzo de 1996; ratificándose también por la Sentencia del TJCE de 7 de diciembre de 2006. No obstante, en contra, destacamos por significativa, la Sentencia del Tribunal Supremo de 10 de mayo de 2003. Sobre la misma, ver por su interés a YZQUIERDO TOLSADA, M. y ARIAS MAIZ, V., «La televisión en las habitaciones de los hoteles: La historia interminable (con sus etapas ocultas)», *Diario La Ley*, Núm. 5901 de 26 de noviembre de 2003, págs. 1 y sigs.

²⁸ PÉREZ DE ONTIVEROS BAQUERO, C., «Aproximación al significado de la expresión «ámbito estrictamente doméstico» en la regulación legal de la facultad patrimonial de comunicación pública», ob. cit., pág. 36.

²⁹ La SAP de Zaragoza de 13 de julio de 2010, aclara que para «que se considere que una «comunicación» es «pública» no basta con que (se) desarrolle en un ámbito estrictamente doméstico, sino que es necesario, además y cumulativamente, que no esté integrado o conectado a una red de difusión de cualquier tipo, porque tales instalaciones posibilitan técnicamente el acceso al público de las obras radiodifundidas. Si dicho acceso individualizado es acumulable, tanto en el espacio (telespectadores o radioyentes), no podrá considerarse que el acto tenga lugar en un ámbito estrictamente doméstico, sino que realmente estaremos ante un público, en el sentido de derecho de autor y, por consiguiente, ante un acto de comunicación pública. La amplitud del concepto empleado por el legislador justifica que dentro del concepto de red se incluya no sólo el cable (en sentido amplio), sino también cualquier otra tecnología que obtenga como resultado la vinculación de una pluralidad de personas o público».

³⁰ ERDOZAIN LÓPEZ, J.C., *Derechos de autor y propiedad intelectual en Internet*, ob. cit., pág. 128; En este sentido entiende RIVERO HERNÁNDEZ, F., «Comentario al artículo 20 LPI», ob. cit., pág. 379 que los términos «red de difusión de cualquier tipo» evitan problemas: caben todos los que menciona el artículo 20.2, y cualquier otro técnicamente posible hoy, o sólo imaginable ahora y posible mañana.

nectada a una antena parabólica con dispositivo descodificador de señales recibidas de un satélite y que luego se transmiten a un conjunto de hogares a través de dicha red, desde la red que utiliza ondas hertzianas hasta la inalámbrica³¹.

Concluyendo, podríamos asumir el concepto de comunicación pública propuesto por DELGADO PORRAS³², siguiendo la propuesta de la Oficina Internacional de la OMPI, como aquella operación que consiste en la transmisión mediante un dispositivo electrónico, eléctrico o similar (con o sin hilo) de la imagen o el sonido, o de la imagen el sonido, de la representación o ejecución de una obra dramática, dramático-musical o musical, de la recitación de una obra literaria, de cualquier obra que haya sido radiodifundida, de toda obra preexistente reproducida o adaptada cinematográficamente o de una obra cinematográfica, de tal manera que la imagen o el sonido mencionadas puedan ser percibidos a distancia del lugar en el que se inicia la transmisión por cualquier persona cumpliendo unas mismas condiciones (técnicas o de otra clase).

III. EL USO DE LOS TELEVISORES EN LAS HABITACIONES DE LOS HOTELES: UN PRECEDENTE NECESARIO

El uso de los televisores de las habitaciones de los hoteles como actos de comunicación pública o no, es otra cuestión ya debatida y sobre la que también tuvimos ocasión de pronunciarnos en el pasado³³, pues como ya dijimos al comienzo del presente trabajo, desde hace años ha existido un claro enfrentamiento entre las entidades de gestión y los empresarios de la hostelería y la restauración en torno a la obligación del pago de la remuneración que ha de adeudarse por los actos de comunicación pública que se realicen a través de los televisores instalados en hoteles, bares, cafeterías y restaurantes. A nuestro juicio, y como también anticipamos, dicho debate está superado, a lo que contribuyó, significativamente, la Sentencia del TJCE de 7 de diciembre de 2006, pero hemos de traer los resultados de nuestro análisis a este artículo porque, sin él, no cabría entender la posición que adoptaremos en torno a las últimas decisiones de los tribunales reconociendo o no como actos de comunicación pública los producidos a través de los televisores instalados en las habitaciones de los pacientes de las clínicas privadas.

³¹ DELGADO PORRAS, A., *Panorámica de la protección Civil y Penal en materia de Propiedad intelectual*, Ed. Civitas S. A., 1988, pág. 33.

³² DELGADO PORRAS, A., «Derecho de comunicación pública por el medio de la radiodifusión. Ampliación del derecho de comunicación pública», en DELGADO PORRAS, A., (Coord.), *Derecho de autor y derechos afines al de autor: recopilación de artículos*, Vol. 2, 2007, pág. 186.

³³ GONZÁLEZ CABRERA, I., «Apuntes sobre el llamado Derecho de puesta a disposición del público y su incidencia en los establecimientos hoteleros (especial referencia al Anteproyecto de Ley de Reforma del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual de 23 de enero de 2003)», *Cuadernos de Derecho y Comercio*, N.º 41, 2004, págs. 105 y sigs.

Por tanto, y con carácter de precedente, al que aluden las sentencias que señalaremos más adelante, la cuestión que, en su momento, nos planteamos era si el acceso a una obra protegida desde la habitación de un hotel podía considerarse un acto de comunicación pública o, por el contrario, dicho acto de comunicación no sería público al quedar dentro del ámbito de la esfera privada de quien lo realizaba.

Es obvio que los intereses de los afectados han discrepado y siguen discrepando en este punto. De un lado, los empresarios de la hostelería aluden a la falta del elemento de publicidad necesario para determinar tales emisiones como actos de comunicación pública y, consecuentemente, abogan porque dichos actos se reconozcan dentro de la esfera privada de sus clientes. De otro, las entidades de gestión apuntan al derecho de los creadores de las obras y titulares de derechos de propiedad intelectual y derechos afines para recibir una contribución económica por la explotación de sus obras, sobre todo, cuando las mismas se utilizan en una actividad indiscutiblemente mercantil que supone una rentabilidad económica para los explotadores de tales actividades.

Tampoco ha sido de gran ayuda la falta de unanimidad entre la doctrina y la jurisprudencia. Así, parte de la doctrina³⁴ ha defendido que el disfrute de obras protegidas en la habitación de un hotel, mediante aparatos receptores de radio, televisión, e incluso, ordenadores, son, sin lugar a dudas, actos de comunicación pública, pues entienden que los diferentes individuos que ocupan en momentos distintos la habitación es un público cumulativo en el espacio. Además, las habitaciones de los hoteles pueden considerarse lugares accesibles al público ya que se ofrecen a la clientela de tal modo que cualquier persona puede, en cualquier momento, llegar a ocupar la habitación de que se trate aunque, cuando lo haga, sea con exclusión del resto. A lo anterior podemos añadir³⁵, asimismo, que dichos actos se producen en una actividad que tiene un

³⁴ Entre otros se manifiestan SÁENZ SANCHA, E., «Canon televisivo en establecimientos turísticos», *ob. cit.*, pág. 157, que señala que si el titular del derecho de autor está facultado para percibir una regalía por su obra difundida por un aparato de radio o de televisión, no se entiende muy bien por qué se le privaría de una remuneración que percibiría si se amplifican en un número considerable de emisiones de radio o de televisión para que las escuchen los clientes de diversos establecimientos comerciales; ERDOZAIN LÓPEZ, J.C., *Manual de propiedad intelectual*, *ob. cit.*, pág. 89; FERNÁNDEZ-ALBOR BALTAR, A., «Derecho de comunicación pública en las habitaciones de establecimientos hoteleros. Nota a la Sentencia del Juzgado de Primera Instancia de Oviedo de 24 de abril de 2000», *Revista General de Derecho*, núm. 675, diciembre, 2000, pág. 15.130; PÉREZ DE ONTIVEROS BAQUERO, C., «Aproximación al significado de la expresión «ámbito estrictamente doméstico» en la regulación legal de la facultad patrimonial de comunicación pública», *ob. cit.*, págs. 47 y sig.; MICHINEL ÁLVAREZ, M. A., «Distribución por cable en habitaciones de hotel y Derecho de autor. Comentario a la Sentencia del TJCE de 3 de febrero de 2000 (Asunto C-293/98: *Egeda c. Hoasa*)», *Revista Jurídica Española La Ley*, n.º 4, año, 2000, pág. 1.500, este afirma que el público que recibe la comunicación es el del conjunto del hotel (no el de las habitaciones individuales) y, además, debido a la accesibilidad, varía con el tiempo.

³⁵ *Permitir la exhibición en establecimiento público de aquella (la explotación de una obra de creación artística) sin satisfacer los derechos patrimoniales a que el autor tiene derecho, tanto significa-*

marcado carácter lucrativo que difícilmente podría ser amparado por los tribunales frente al ánimo de lucro que también subyace en el reconocimiento de los derechos de explotación de una obra.

En contra se arguye³⁶ que quienes realizan tales actos y, por tanto, estarán obligados al pago, son las emisoras de radio, televisión, orquestas, etc., que son quienes comercian con estos derechos de propiedad intelectual, siendo los hoteles meros receptores de tales emisiones. No olvidando, además, que quienes defienden dichas tesis parten de considerar las habitaciones de los hoteles como parte del ámbito privado de los huéspedes, por lo que la difusión de contenidos audiovisuales en las estancias privadas de los mismos no constituye acto de comunicación pública, y, consecuentemente, no genera la obligación de pago de los derechos de autor por este concepto. No obstante, a nuestro juicio, quienes así se manifiestan olvidan que existe un ánimo de lucro, al que hemos aludido y que consideramos relevante a estos efectos, que acompaña a la consideración o no del acto de comunicación pública³⁷.

ría desconocer el propósito del legislador como desequilibrar las recíprocas prestaciones nacidas, por el mero hecho de la recepción, entre quien dispone del trabajo creativo de un tercero para incrementar su clientela, y en definitiva su patrimonio, y el dueño de la obra, que tiene derecho a su exclusiva explotación. Sentencia de la Audiencia Provincial de Asturias, de 29 de enero de 1992 (AC 1992\35).

³⁶ Al respecto, MENA NAVAS, F., «Canon televisivo en establecimientos turísticos», en AURIOLES MARTÍN, A. (Coord.), *Derecho y Turismo*, Málaga, 2000, pág. 149, destaca la Sentencia del Tribunal Supremo de Austria, de 16 de junio de 1998, que reconoce la habitación del hotel como parte de la esfera privada del huésped e insiste en que se puede acreditar el repertorio utilizado (por las emisoras de radio, TV y Orquestas), pues son ellos los que seleccionan, reproducen y transmiten, pero nunca el mero receptor de algo que le sirven. Por su parte, MUÑOZ XANCÓ, J., «Un derecho de la propiedad intelectual: «Estudio de la «Comunicación Pública» en el sector de la hostelería», en *Estudios Jurídicos en homenaje al Profesor Luis Díez-Picazo*, CABANILLAS SÁNCHEZ, A. (Coord.), Vol. 3, 2002, pág. 4097, afirma que «la comunicación de obras musicales por receptor de televisión o radio en el interior de las habitaciones de un establecimiento hotelero, en general, cuando el empresario no procede a ninguna alteración o transformación de las señales captadas mediante un sistema normal de captación, se desenvuelve dentro del ámbito de carácter doméstico, en una esfera de estricta privacidad, en un marco espacial no accesible al público en general».

³⁷ En efecto, no podemos obviar que el disfrute de una obra por un usuario en la habitación de un hotel, se hace desde un lugar, que por exclusión de las demás personas, puede y debe ser considerado como su ámbito privado; pero el empresario hotelero, al ofrecer este servicio en la habitación y no sólo en las salas comunes, obtiene un claro beneficio, dado que los precios que puede percibir por el alojamiento, vendrán dados, en función de la categoría del hotel, para cuya clasificación se habrán tenido en cuenta todos y cada uno de los servicios que se prestan (Sentencia de la Audiencia Provincial de Asturias de 7 de marzo de 2001). Luego, cuando un empresario hotelero ofrezca al usuario el acceso a una obra protegida a través de distintos medios desde la habitación de un hotel, se le genera la obligación de pago de los derechos de autor correspondientes, puesto que se está realizando un acto de comunicación al público. Pensar de forma distinta sería admitir un enriquecimiento indebido por parte del empresario hotelero en perjuicio de los legítimos titulares de los derechos de autor y derechos conexos. Bien es verdad, que el elemento lucrativo no caracteriza el derecho de comunicación pública, que se define como tal sin hacer una mención expresa a aquel. Pero parece subyacer en dicha definición y a él se han referido, entre otros, ERDOZAIN LÓPEZ, J.C., *Las Retransmisiones por cable y el Concepto de Público en el Derecho de Autor*, Aranzadi, 1997, págs. 187 y sig. y MICHINEL ÁLVAREZ, M.A., «Distribución por cable

Nuestra jurisprudencia tampoco ha contribuido a resolver claramente el problema pues, aparte de un gran número de sentencias de las Audiencias Provinciales, el propio Tribunal Supremo³⁸ primeramente defendió que la utilización de los televisores de las habitaciones de los hoteles eran actos de comunicación pública puesto que, de un lado, lo que «tiene en cuenta el art. 20 de la LPI para que se dé comunicación pública, son aquellos actos en los que una pluralidad de personas pueden tener acceso a la obra creativa y en lugar accesible al público, por lo que no se precisa una concurrencia simultánea, sino que puede ser sucesiva —tratándose de habitaciones—, siempre que quepa la concurrencia plural y aleje situaciones de utilización exclusivamente privada»³⁹; y, de otro, que los actos de comunicación pública que se producen a través de equipos receptores en el hotel se realizan en el ejercicio de una actividad mercantil cuyo fin es la prestación de un servicio (el alojamiento y servicios complementarios) con el propósito de obtener beneficios en el desarrollo de dicha actividad⁴⁰.

Posteriormente, el Alto Tribunal⁴¹ puso en entredicho la tesis hasta el momento defendida, declarando que la habitación del hotel tenía carácter privado para el usuario, equiparándola (durante su estancia en el mismo) al domicilio personal, de manera que el acceso a una obra protegida realizada, bien vía analógica, bien en Internet, entraría perfectamente dentro del campo de la excepción del artículo 20.1 segundo párrafo, como ámbito estrictamente doméstico. Esta nueva postura se apoyaba, fundamentalmente, en el contenido de la Sentencia del Tribunal Constitucional de 17 de enero de 2002 que, aunque tiene su objeto en el concepto de domicilio a otros efectos⁴², considera que las habitaciones de los hoteles pueden constituir domicilio de sus huéspedes, ya que, en principio, son lugares idóneos, por sus propias características, para que en las mismas se desarrolle la vida privada de aquéllos, habida cuenta de que el destino usual de las habitaciones de los hoteles es realizar actividades enmarcables genéricamente en la vida privada. Esta afirmación se aprovechó por la jurisprudencia ya señalada y, sobre todo, por la STS de 10 de mayo de 2003,

en habitaciones de hotel y Derecho de autor. Comentario a la Sentencia del TJCE de 3 de febrero de 2000 (Asunto C-293/98: *Egeda c. Hoasa*), *ob. cit.*, pág. 1.500.

³⁸ En sentencias de 19 de julio de 1993 y de 11 de marzo de 1996.

³⁹ Fundamento de Derecho tercero e).

⁴⁰ La STS de 19 de julio de 1993, reconoce que la «utilización gratuita (de las obras audiovisuales) por extraños con fines lucrativos supondría un enriquecimiento injusto, en cuanto que...la emisión de la propiedad intelectual ajena la tiene (el bar) como uno de los servicios que presta a sus clientes, y, por tanto integra un medio lucrativo por el que es de justicia que satisfaga la contraprestación correspondiente».

⁴¹ Al respecto resultan de interés las SSTS de 24 de septiembre de 2002, de 10 de mayo de 2003, de 16 de abril de 2007, 6 de julio de 2007, 15 de enero de 2008, 10 de julio de 2008, 26 de enero de 2009 y 28 de octubre de 2009, entre otras.

⁴² El Tribunal Constitucional, en la citada sentencia, declaró inconstitucional el artículo 557 de la Ley de Enjuiciamiento Criminal, al considerar las habitaciones hoteleras como domicilio a efectos constitucionales.

para entender que el acceso a dichas obras desde la habitación de un hotel no sería un acto de comunicación pública sino, en todo caso, un acto de recepción de una comunicación emitida por una entidad televisiva, radiofónica o cualesquiera otra que ya satisface los derechos de autor correspondientes⁴³.

No obstante, ya advertimos⁴⁴ que había que tener cierta cautela al aceptar esta corriente jurisprudencial, pues si en principio, el ampliar el concepto de domicilio hasta incluir en él la habitación del hotel al objeto de la protección constitucional que conlleva el derecho a la inviolabilidad del domicilio no parecía generar conflictos, sí los creaba el reconocimiento de este ámbito privado en orden a excluir la protección de los derechos de autor de los actos de comunicación pública o puesta a disposición del público que en los mismos se efectuaran. Y ello porque lo relevante para el cumplimiento de la normativa que protege tales derechos no es tanto que la habitación de un hotel pueda ser considerada parte de la esfera privada del huésped, como que dicha comunicación pública se acontezca en el marco de una actividad económica⁴⁵.

Y es que, no ha de olvidarse que el acto de comunicación pública lo realiza, no quien disfruta de la obra, sino quien la pone a su disposición, esto es, el empresario hotelero, quien, evidentemente, está obligado a pagar una remuneración por la comunicación pública de la obra. No entenderlo así, sería, a juicio de autorizada doctrina⁴⁶, realizar una interpretación clara-

⁴³ La mentada Sentencia ha sido objeto de crítica por múltiples autores. Entre ellos han de destacarse a BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., «Comentario a la sentencia de 10 de mayo de 2003 (RJ 2003, 3036)», *Cuadernos Civitas de Jurisprudencia Civil*, n.º 63, octubre/diciembre 2003, pág. 1219, al considerar una aplicación indebida de la doctrina constitucional sobre el domicilio, que no debe extenderse mecánicamente al concepto civil de domicilio, y menos confundirse con el ámbito doméstico al que se refiere el artículo 20.1 II LPI; PÉREZ DE ONTIVEROS BAQUERO, C., «La comunicación pública de las obras cinematográficas y demás audiovisuales», en AA.VV., *La Obra Audiovisual en la Reforma de la Ley de Propiedad Intelectual*, Thomson Aranzadi, Cizur Menor, 2008, págs. 24 y sigs.; MARÍN LÓPEZ, J.J. y ERDOZAÍN LÓPEZ, J.C., en ERDOZAÍN, J.C., GONZÁLEZ, A., MARÍN, J.J., SOL, M., «El test de las tres etapas y la comunicación pública. Mesa redonda», en *Copyright* derecho de autor: ¿convergencia internacional en un mundo digital? [Monográfico en línea], *IDP. Revista de internet, Derecho y Política*. N.º 1. UOC. [Fecha de consulta 22 de agosto de 2010], <http://www.uoc.edu/idp/1/dt/esp/mesaredonda01.pdf>, págs. 24 y 28, respectivamente.

⁴⁴ GONZÁLEZ CABRERA, I., «Apuntes sobre el llamado Derecho de puesta a disposición del público y su incidencia en los establecimientos hoteleros (especial referencia al Anteproyecto de Ley de Reforma del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual de 23 de enero de 2003)», pág. 120, coincidiendo con la tesis defendida por PÉREZ DE ONTIVEROS BAQUERO, C., «Aproximación al significado de la expresión «ámbito estrictamente doméstico» en la regulación legal de la facultad patrimonial de comunicación pública», *ob. cit.*, págs. 43 y sigs.

⁴⁵ MALDONADO MOLINA, F. J., «Los establecimientos turísticos y la propiedad intelectual audiovisual. Estado de la cuestión», en AURIOLÉS MARTÍN, A., (Coord.), *Aspectos jurídico-mercantiles del turismo*, Ed. Atelier, 2003, pág. 193. En esta misma línea insiste la Sentencia del Juzgado de lo Mercantil n.º 9 de Madrid, de 28 de octubre de 2008.

⁴⁶ PÉREZ DE ONTIVEROS BAQUERO, C., «Aproximación al significado de la expresión «ámbito estrictamente doméstico» en la regulación legal de la facultad patrimonial de comunicación pública», *ob. cit.*, págs. 43 y sigs.

mente irrespetuosa de los derechos que han de atribuirse a los creadores intelectuales. Coincide con esta tesis el Abogado General La Pergola, en sus conclusiones en el asunto resuelto por el TJCE, el 3 de febrero de 2000 (Asunto C-293/98) *Egeda contra Hoasa*, al entender que resulta «necesario disipar de nuestro ámbito de análisis un evidente equívoco, inherente a la afirmación del carácter privado de la distribución de emisiones de radiodifusión primarias a las habitaciones de un hotel. Desde luego, no pretendo negar que, desde el punto de vista de la protección de los derechos individuales que se garantiza en los ordenamientos constitucionales no sólo de los Estados miembros, sino de todos los Estados democráticos, una habitación de hotel constituye un lugar perteneciente al ámbito estrictamente privado o doméstico de una persona o de su familia. No obstante, la línea de demarcación jurídica entre privado y público no es necesariamente la misma a efectos de la protección del derecho de autor. No por casualidad el criterio del carácter privado o público de las habitaciones es ajeno no sólo a la letra, sino también al espíritu del artículo 11 bis del Convenio (de Berna), que impone la obligación de obtener la autorización del autor no para las retransmisiones en lugares públicos o accesibles al público, sino para los actos de comunicación mediante los cuales la obra se hace accesible al público».

Ya adelantamos que, a nuestro juicio, el debate ha quedado zanjado a raíz de la Sentencia del TJCE de 7 de diciembre de 2006 (*SGAE c. Rafael Hoteles*)⁴⁷ que concluye, a los efectos que nos interesa, que «*si bien la mera puesta a disposición de las instalaciones materiales no equivale en sí misma a una comunicación en el sentido de la 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, la distribución de una señal por un establecimiento hotelero a los clientes alojados en sus habitaciones, efectuada por medio de televisores, constituye un acto de comunicación al público en el sentido del artículo 3, apartado 1, de dicha Directiva, sea cual fuere la técnica empleada para la transmisión de la señal. El carácter privado de los dormitorios de un establecimiento hotelero no impide que se considere que la comunicación de una obra en tales habitaciones, efectuada por medio de televisores, constituye un acto de comunicación al público en el sentido el artículo 3, apartado 1, de la Directiva 2001/29*».

⁴⁷ Hemos de señalar que, en relación a la comunicación pública en las habitaciones de hotel, la Sentencia del Tribunal Supremo de 16 de abril de 2007 estableció un cambio de doctrina sobre la materia que ha sido seguido por reiteradas sentencias de este mismo Tribunal tales como las de 6 de julio de 2007; de 15 de enero y 10 de julio de 2008; de 26 de enero y 25 de marzo de 2009, entre otras.

IV. EL USO DE LOS TELEVISORES EN LAS HABITACIONES DE LOS PACIENTES

1. ¿CABEN CONSIDERARSE ÉSTAS COMO ÁMBITO DOMÉSTICO DEL PACIENTE?

Las últimas sentencias de los juzgados de lo mercantil que se han planteado la cuestión en el ámbito de las clínicas o centros sanitarios, debaten si en las habitaciones de un hospital o una clínica y mediante las televisiones instaladas en dichas habitaciones (sean o no de pago), se realizan actos de comunicación pública en los términos del artículo 20 de la LPI, sujetos o susceptibles de sujetarse a la acción recaudatoria de las entidades de gestión colectiva de los derechos de autor.

Al respecto, el artículo 108.5 de la LPI establece que 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. Asimismo, reconoce que el derecho a la remuneración se hará efectivo a través de las entidades de gestión de los derechos de propiedad intelectual, por lo que, en principio, habrá que entender que éstas pueden proceder al cobro de las cantidades establecidas convencionalmente o, en su defecto, de forma unilateral⁴⁸, por el uso de su «repertorio». Ahora bien, las decisiones de los juzgados de lo mercantil de Valencia, Sevilla y Zaragoza⁴⁹, reconocen como excepción el ámbito en el que se desarrollan los actos de comunicación pública, fundamentalmente, la habitación del paciente, entendiendo que tales actos se realizan en el ámbito doméstico del sujeto, puesto que, según la propia Ley, no se considerará pública la comunicación cuando se celebre dentro de un ámbito estrictamente doméstico que no esté integrado o conectado a una red de difusión de cualquier tipo.

En principio, los argumentos esgrimidos por los juzgadores para excluir del pago de la retribución a las entidades de gestión de las emisiones realizadas por los televisores instalados en las habitaciones de los pacientes son, básicamente, los mismos que se utilizaron en el pasado en el ámbito hotelero: que estamos en presencia del ámbito doméstico del paciente, excepción ésta reconocida en la propia LPI. Así no parece haber ningún problema en reconocer que se produce comunicación cuando se *«lleva a efecto a través de las TV instaladas en las habitaciones de hospital o clínica, desde que se lleva a cabo la cap-*

⁴⁸ Siempre que las comuniquen al Ministerio de Cultura.

⁴⁹ Respectivamente, hacemos referencia a las sentencias de los Juzgados de lo Mercantil de Valencia, de 26 de noviembre de 2004; de Sevilla, de 16 de octubre de 2009; y, de Zaragoza, de 24 de marzo de 2010 (esta última, ha sido revocada por la Sentencia de la Audiencia Provincial de Zaragoza, de 13 de julio de 2010).

tación y reproducción de señales de radiodifusión, a través de medios de la propia entidad, antenas y televisores, que suponen la puesta a disposición y eventualidad de acceso, al menos potencial, es decir se le dé o no al botón de encendido del aparato, por los destinatarios pacientes, considerando además o no a los familiares o amigos que los guarden o visiten»⁵⁰. El «quid» de la cuestión está en determinar dicha comunicación como el «acto de comunicación pública» definido en el artículo 20.1 de la LPI.

Pues bien, habremos de volver a plantearnos si en una clínica privada se produce la ausencia de público que determina el ámbito doméstico. Recordemos que han sido dos las teorías utilizadas hasta el momento por doctrina y jurisprudencia, para reconocer si hay público o no a los efectos de la LPI en el ámbito de los hoteles que es el que más se asemeja al sector que estudiamos: de un lado, entender que cabe público cumulativo en el espacio en el sentido de considerar que en las habitaciones de los hoteles, entendidas en su pluralidad, existe público conforme al artículo 20 de la LPI. De otro, se ha esgrimido la teoría del público cumulativo en el tiempo, considerando que cada una de las habitaciones de los hoteles será utilizada a lo largo del tiempo por diferentes personas, que constituirían la pluralidad a la que parece referirse el término de público del artículo 20 LPI. ¿Se cumplen ambas teorías en estos centros sanitarios? Obviamente sí, pues si consideramos cada una de las habitaciones de los pacientes y las sumamos todas, habrá que concluir que existe una pluralidad de personas que disfrutan de obras protegidas a través de los televisores instalados en tales habitaciones. A la misma conclusión debemos llegar si aplicamos la teoría de público cumulativo en el tiempo, pues en tal caso, la suma de los diferentes pacientes que se recuperan a lo largo del tiempo en la misma habitación de la clínica constituirá esa pluralidad de personas que requiere el concepto de comunicación pública.

Ahora bien, los argumentos utilizados en las sentencias aludidas no consisten en negar que exista un acto de comunicación, sino que éste sea público, equiparando la habitación del paciente (como ya se hiciera con la habitación del hotel) con su ámbito doméstico. Olvidan sin embargo los juzgadores que sobre este tema ya se pronunció, entre otros, el TJCE en su sentencia de 7 de diciembre de 2006 señalando que *«el carácter privado de los dormitorios de un establecimiento hotelero (el mismo carácter privado que parece reconocérsele a las habitaciones de los pacientes en las mentadas sentencias) no impide que se considere que la comunicación de una obra en tales habitaciones, efectuada por medio de televisores, constituye un acto de comunicación al público en el sentido del artículo 3, apartado 1, de la Directiva 2001/29»*⁵¹. Es más, se advierte que se *«desprende tanto del tenor como del espíritu de los artículos 3, apartado 1, de la Directiva 2001/29 y 8 del Tratado de la OMPI sobre derecho de autor, que exi-*

⁵⁰ Juzgado de lo Mercantil n.º 2 de Sevilla, en Sentencia de 16 de octubre de 2009.

⁵¹ Considerando 54.

gen la autorización del autor no para las retransmisiones en lugares públicos o abiertos al público, sino para los actos de comunicación por los que se permite al público acceder a la obra, que el carácter privado o público del lugar en el que se produce la comunicación no tiene relevancia alguna».

Consecuentemente con lo expuesto, no deja de sorprendernos que pese al precedente de esta sentencia, que cambió radicalmente la doctrina del Tribunal Supremo en orden a reconocer o no como actos de comunicación pública los realizados en las habitaciones de los hoteles, cuando la cuestión se suscita en un ámbito nuevo (las habitaciones de los pacientes), pero equiparable al ya resuelto (las habitaciones de los huéspedes) se sucedan decisiones judiciales que insistan en una tesis que creíamos completamente superada⁵².

2. ¿EXISTEN OTRAS RAZONES QUE PUEDAN EXCLUIR EL USO DE TALES APARATOS DE LA OBLIGACIÓN DE PAGO QUE INCORPORA EL ACTO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA?

Por último, también se apoyan las sentencias comentadas en un nuevo argumento: la concurrencia entre la protección de los derechos de propiedad intelectual y la tutela de la salud.

La sentencia del Juzgado de lo Mercantil de Sevilla, ya mencionada, esboza otros argumentos, tales como la necesidad de la estancia del paciente y la prioridad de la salud pública frente al derecho de propiedad para eludir la consideración de acto de comunicación pública del uso de los televisores en las clínicas y los hospitales. Así establece que *«la relación organizador/clínica-espectador/paciente, viene matizada por el padecimiento que determina la suje-*

⁵² La sentencia del Juzgado de lo Mercantil de Valencia de 26 de noviembre de 2004, por su época, cabría entenderse, cuando afirma que *«cabe hacer la consideración de si la habitación de un hospital debe entenderse como espacio público o espacio doméstico, a los efectos de la Ley, pareciendo desde luego que la solución más acorde a tal planteamiento es la que pasa por entender que es un espacio doméstico. Y lo es en la medida en que el usuario de la misma, ciertamente en la mayor parte de las veces en situación no deseada, establece en ella un ámbito propio, exclusivo y excluyente de desenvolvimiento vital, aun de carácter temporal. Esto es, a similitud con la doctrina establecida por la Sentencia del Tribunal Supremo de 3 de mayo de 1994 cabe entenderlo a estos efectos como domicilio, en cuanto que lugar cerrado en el que discurre la vida privada, individual o familiar, lugar íntimo en donde la persona humana desenvuelve sus vivencias, caracterización ésta que no se ve empañada por la circunstancia de que en el ámbito de la sanidad pública, por mor de la recta gestión de recursos presupuestarios per se escasos, las habitaciones no sean individuales, pues de lo que se trata es de entender como plausible la configuración autónoma de la vida de cada una de las personas que la ocupan, que no ha poderse ver, de modo legítimo, forzada a haber de soportar la intromisión de terceros (en tal esfera, se entiende)»*, pero resulta más difícil admitir el carácter doméstico en las otras dos sentencias. No obstante lo dicho, también ha de señalarse que las últimas sentencias conocidas han resuelto esta misma cuestión reconociendo el carácter de acto de comunicación pública. Entre ellos, el Juzgado de lo Mercantil n.º 2 de Murcia en sentencia de 2 de noviembre de 2009, el Juzgado de lo Mercantil n.º 9 de Madrid, en sentencia de 28 de octubre de 2009, el Juzgado de lo Mercantil n.º 8 de Madrid, en sentencia de 21 de julio de 2010 y la Audiencia Provincial de Zaragoza en sentencia de 13 de julio de 2010.

ción del segundo al tratamiento médico reparador o rehabilitador asignado al mismo, en un marco espacio temporal complejo e insustituible o necesario en cuanto que no puede llevarse a cabo, por su propia naturaleza, en su domicilio particular, y que justifica el ingreso y la atención de medios personales y materiales que exige la lex artis oportuna»... «Tal relación de sujeción o dependencia clínica preceptiva o de necesidad, en tanto que no se determina por la mera voluntariedad del paciente (espectador), permite apreciar, la unicidad o identidad de destinatario esencial del acto de comunicación, que por razón de la indicación médica de que se trate, ve trasmutado o trasladado forzosamente su ámbito de desenvolvimiento personal propio de su entorno domiciliario a la habitación hospitalaria correspondiente. De manera que se desenvuelve por necesidad y por razón de las circunstancias médicas particulares, en un entorno propiamente doméstico para el mismo y familiares que le custodian o visitan, como si de su propio dormitorio privado se tratare»... «Asistimos así a un fenómeno a modo de subrogación real locativa provocada por superiores razones médicas, que justificaría el mantenimiento del propio régimen jurídico aplicable a su entorno o ámbito doméstico singular».

Al respecto, habremos de preguntarnos si asumiendo el argumento de la obligación que tiene el paciente a trasladarse de domicilio y verse, por tanto, forzado a residir, de forma temporal, en la habitación del hospital hasta su mejora, éste no es aplicable a aquellas ocasiones en las que una pluralidad de personas son obligadas a dejar sus domicilios y a residir con carácter temporal en las habitaciones de los hoteles, hasta el cese de las circunstancias que dieron lugar a su traslado. Hablamos por ejemplo, del daño ocasionado a las viviendas por derrumbes debidos a obras públicas, incendios fortuitos o provocados, inundaciones, etc., circunstancias éstas en las se ha procedido a realojar a los afectados, en muchas ocasiones, en hoteles de la localidad. ¿Habría que revisar entonces los pactos que tales hosteleros tienen con las entidades de gestión con el fin de deducir de su cuota las habitaciones dispuestas para tales personas? ¿Habría que tenerlas en cuenta cuando, en defecto de pacto, se reclame cantidad alguna a tales hosteleros por las entidades de gestión de los derechos de autor y derechos afines a los derechos de autor?

Razones similares a las expresadas por el juzgador sevillano han servido al Juzgado de Zaragoza para no reconocer los actos de comunicación pública realizados en los hospitales. Así, además de admitir lo ya esgrimido por aquél añade que *«[c]uando una persona ingresa en un centro sanitario experimenta una serie de sensaciones negativas, que pueden afectar a su estado emocional, debido a los cambios que se producen en relación con su vida cotidiana pues cambia su residencia habitual por el hospital, separándose temporalmente de su casa y de su familia, amigos, etc. Experimenta un cambio físico como consecuencia de su enfermedad, que le produce un cambio en su estado emocional que repercute directamente en su estado psicológico, siendo necesario dotarle de una situación dentro del régimen de tratamiento que lo equipare, en la medida de lo posi-*

ble, a su forma de vida ordinaria en su domicilio». Evidentemente, dada nuestra condición de juristas, no podemos decidir si el tener a nuestra disposición radio o televisor en la habitación de un hospital tiene o no el carácter terapéutico al que aluden tales sentencias y si dicho carácter, por sí mismo, es suficiente para eludir el derecho de comunicación pública o cualquier otro de los derechos amparados por la LPI.

A favor se argumenta⁵³ que «[d]entro de la actuación médica o del tratamiento médico podemos constatar dos vertientes: una destinada a la recuperación de la salud, cuando ello es posible, que sería propiamente curativa y otra, destinada a mitigar el sufrimiento derivado de la enfermedad, que suele coincidir en el tiempo con la primera o en ocasiones, en la única actividad que se puede hacer y tanto una como otra forma parte del mismo tratamiento». Reconoce, empero, el Juzgador⁵⁴ que «no ha encontrado estudios serios como puedan ser tesis doctorales sobre el valor terapéutico de la televisión en las habitaciones de los hospitales aunque sí en otras actividades y así, el caso de la musicoterapia... o de la literatura..., e incluso, la denominada risoterapia, con utilización de payasos etc. Todos estos estudios, entiende este Juzgador que revelan una finalidad última de estas actividades, cual es la distracción como medio para atenuar los estados de miedo y ansiedad que se generan en una estancia hospitalaria, papel que también cumple la televisión en una habitación de un centro sanitario».

Pese a tal afirmación y, partiendo de la hipótesis de que pudiera ser cierta⁵⁵, lo cierto es que a día de hoy no encontramos en la LPI un precepto que ampare esta tesis, pues, entre las excepciones recogidas en la misma, no aparece aquella reconocida en las citadas sentencias. De hecho, tales resoluciones judiciales no se apoyan en la LPI, sino que acuden a determinados preceptos de la Constitución Española (en particular a los arts. 15, 43 y 51⁵⁶) para justificar que el derecho a la salud, al que contribuye, en su opinión, el uso de los televisores en las habitaciones de los pacientes, se impone sobre el derecho a la propiedad privada (en este caso, a los derechos de autor) y los derechos de explotación que derivan de la misma. Y han debido recurrir a tal norma porque la LPI exige el pago de dicha remuneración con la única excepción del artículo 37.2 que reconoce, sólo y exclusivamente, a los establecimientos de titularidad pública (en nuestro caso, clínicas y hospitales públicos) que presten servicio en municipios de menos de 5.000 habitantes el quedar exentos del pago de la remuneración debida. Todos los demás establecimientos, tanto los de titularidad pública como los privados, deberán hacer frente a dicha remuneración.

⁵³ Sentencia del Juzgado de lo Mercantil n.º 1 de Zaragoza, de 24 de marzo de 2010.

⁵⁴ Sentencia del Juzgado de lo Mercantil n.º 1 de Zaragoza, de 24 de marzo de 2010.

⁵⁵ Advertimos que tan sólo partimos de esta premisa para analizar si, dándose tales circunstancias, las decisiones judiciales son ajustadas a Derecho. No estamos compartiendo dicha tesis.

⁵⁶ Sentencias de los Juzgados de lo Mercantil n.º 2 de Sevilla, de 16 de octubre de 2009 y n.º 1 de Zaragoza, de 24 de marzo de 2010.

En contra del carácter terapéutico del uso de la televisión, también se han manifestado los tribunales, afirmando que la *«distribución de la señal de televisión a través del aparato de televisión es totalmente ajena de la actividad terapéutica o curativa desarrollada, no siendo consecuencia de la misma ni formando parte del tratamiento»*⁵⁷, o que *«la existencia de televisores en las habitaciones no tiene en sí misma finalidad terapéutica, sino de entretenimiento y amenización de la estancia hospitalaria»*⁵⁸.

Pero además, no debemos olvidar el fin lucrativo que tienen las clínicas privadas, al margen del puramente sanitario. Fin lucrativo que no se reconoce en todo caso, pues al respecto se advierte⁵⁹ que *«no cabe considerarlo ni configurarlo siquiera como una prestación suplementaria o accesoria del prestador de servicios médicos con aquella orientación. A nivel empírico y a mayor abundamiento pues, los derechos de propiedad intelectual no son en ninguna de sus manifestaciones, incluida la explotación, una prestación de servicios (y así no están incluidos en el ámbito de aplicación de la Directiva 2006/123 del Parlamento y del Consejo de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios del mercado interior, arts 16 y 17 apartado 11). Así la gestión de los derechos de autor como prestación de servicios solo cabría llevarse a efecto, en puridad, a través de la entidades de gestión colectiva, y sin que se haga imputación análoga alguna sobre el particular respecto de la demandada de autos. Y nótese que bajo aquella directiva, resulta así considerado como excepción fundada en «razones imperiosas de interés general» que enfrenta valores, a igualdad de rango, como la salud pública, la protección de consumidores y los propios derechos de autor, sin que, por tanto, en dicho ámbito quepa elevar mayor nivel de protección respecto de estos últimos»*. No obstante, las últimas decisiones judiciales advierten que el uso de los televisores en las habitaciones de los pacientes es *«un servicio adicional que la clínica ofrece con un ánimo lucrativo, en cuanto se percibe una cantidad por ello, dirigido no sólo a los pacientes sino igualmente a los acompañantes»*⁶⁰ o que la empresa en cuestión *«explota económicamente como negocio la clínica privada,... [e]s pues un servicio accesorio al tratamiento médico, pero sin la misma finalidad curativa que éste, sino meramente añadido, para la calidad de estancia, tanto para el paciente como para acompañantes del mismo, con el sentido de cualificar en negocio de clínica privada, con mejora de la oferta al consumidor»*⁶¹.

V. CONCLUSIONES

Pese a que, como dijimos, el debate acerca del derecho de comunicación pública y el pago de la remuneración debida a las entidades de gestión parecía

⁵⁷ Sentencia del Juzgado de lo Mercantil n.º 9 de Madrid, de 28 de octubre de 2009.

⁵⁸ Sentencia del Juzgado de lo Mercantil n.º 8 de Madrid, de 21 de julio de 2010.

⁵⁹ Sentencia del Juzgado de lo Mercantil n.º 2 de Sevilla, de 16 de octubre de 2009.

⁶⁰ Sentencia del Juzgado de lo Mercantil n.º 9 de Madrid, de 28 de octubre de 2009.

⁶¹ Sentencia del Juzgado de lo Mercantil n.º 8 de Madrid, de 21 de julio de 2010.

una cuestión resuelta, la práctica nos desdice y vuelve a traer a la actualidad dicho asunto. Tanto es así que, en el momento de terminar el presente trabajo, aún quedan pendientes la resolución de varias demandas, entre ellas, la de AISGE contra Clínicas S.A. en el Juzgado de lo Mercantil de Madrid, número 2 y la de AISGE contra Clínica Moncloa en el Juzgado de lo Mercantil, número 6. En las citadas demandas la entidad de gestión exige a los centros sanitarios el pago de la retribución por los actos de comunicación pública realizados a través de los televisores instalados en las habitaciones de los pacientes y de las zonas públicas.

Los nuevos argumentos esgrimidos por los juzgadores que atienden a la mejora del paciente con la utilización de la radio y la televisión en sus habitaciones no son, en nuestra opinión, suficientes para eludir la aplicación de la LPI. Otra cosa distinta será que, si los mismos resultan acertados, se propongan las modificaciones oportunas en la legislación pertinente, reconociéndose como uno de los límites del derecho de propiedad intelectual que deberán recogerse en el Capítulo II, Título III de la LPI.

El resto de las razones expuestas, que insisten en equiparar la habitación del paciente con su domicilio particular, no nos convencen y consideramos que, al respecto, ha de seguirse la doctrina que mantiene el Tribunal Supremo tras la STJCE. Además, recientemente el Alto Tribunal ha tenido ocasión de manifestarse, de nuevo, en torno al derecho de comunicación pública en un ámbito ajeno al que nos ha ocupado, pero con el mismo resultado que hemos manifestado en el presente trabajo. Así, en su Sentencia de 6 de julio de 2010 y en relación al conflicto entre el Ayuntamiento de Fanio (Huesca) y determinadas entidades de gestión por la comunicación pública realizada a través de la instalación de un sistema de televisión por cable por medio del cual se retransmitían obras protegidas a sus conciudadanos, declara que se trata de *«un acto de comunicación pública en los términos del artículo 20.1 de la Ley de Propiedad Intelectual, aprobada por Real Decreto Legislativo de 1/1996, de 12 de abril, en relación con el apartado f) del número 2 de dicho artículo, en cuanto considera acto de comunicación pública la retransmisión, por cualquiera de los medios citados en los apartados anteriores por entidad distinta de la de origen, de la obra radiodifundida; actividad que está sujeta a autorización y a la remuneración prevista en el artículo 122.2 de dicha Ley»*.

VI. BIBLIOGRAFÍA

ARMENGOL I FERRER, F., «La comunicación por medio de televisores instalados en habitaciones de hotel y la protección de los derechos de autor en la sociedad de la información. A propósito de la Sentencia del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas de 7 de diciembre de 2006, *SGAE c. Rafael Hoteles*», *Revista General de Derecho Europeo*, n.º 13, 2007.

- BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., «Comentario a la sentencia de 10 de mayo de 2003 (RJ 2003, 3036)», *Cuadernos Civitas de Jurisprudencia Civil*, n.º 63, octubre/diciembre 2003, págs. 1.211 y sigs.
- BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., «Sentencia de 15 de enero de 2008: Propiedad Intelectual: infracción del derecho de comunicación pública de productores audiovisuales; aplicación de tarifas generales para determinación de la indemnización de daños y perjuicios», *Cuadernos Civitas de Jurisprudencia Civil*, n.º 77, 2008, págs. 1055 y sigs.
- DEL ESTAL SASTRE, R., «Propiedad intelectual. Vulneración del derecho a la comunicación pública. (Comentario a la sentencia del Tribunal Supremo, Sala Primera, de 19 de julio de 1993)», *Poder Judicial*, n.º 33, 1994, págs. 397 y sigs.
- DELGADO PORRAS, A., «Derecho de comunicación pública por el medio de la radiodifusión. Ampliación del derecho de comunicación pública», en DELGADO PORRAS, A., (Coord.), *Derecho de autor y derechos afines al de autor: recopilación de artículos*, Vol. 2, 2007, págs. 129 y sigs.
- DELGADO PORRAS, A., *Panorámica de la protección Civil y Penal en materia de Propiedad intelectual*, Ed. Civitas S. A., 1988.
- ERDOZAIN LÓPEZ, J. C., *Derechos de autor y propiedad intelectual en Internet*, Tecnos, 2002.
- ERDOZAIN LÓPEZ, J. C., «El derecho de comunicación pública» en BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R. (Coord.), *Manual de propiedad intelectual*, 4.ª ed., tirant lo blanch, Valencia, 2009, págs. 80- 85.
- ERDOZAIN LÓPEZ, J. C., *Las retransmisiones por cable y el concepto de público en el Derecho de autor*, Aranzadi, 1997.
- ERDOZAIN LÓPEZ, J. C., en BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R. (Coord.), *Manual de propiedad intelectual*, tirant lo blanch, Valencia, 2001.
- FERNÁNDEZ-ALBOR BALTAR, A., «Derecho de comunicación pública en las habitaciones de establecimientos hoteleros. Nota a la Sentencia del Juzgado de Primera Instancia de Oviedo de 24 de abril de 2000», *Revista General de Derecho*, núm. 675, diciembre 2000, págs.15.127 y sigs.
- GONZÁLEZ CABRERA, I., «Apuntes sobre el llamado Derecho de puesta a disposición del público y su incidencia en los establecimientos hoteleros (especial referencia al Anteproyecto de Ley de Reforma del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual de 23 de enero de 2003)», *Cuadernos de Derecho y Comercio*, n.º 41, 2004, págs. 105 y sigs.
- GONZÁLEZ CABRERA, I., «El Derecho de puesta a disposición del público: ¿un nuevo derecho o un subgénero del derecho de comunicación pública?», *Actualidad Civil*, n.º 19, Noviembre de 2004, págs. 2276 y sigs.
- MALDONADO MOLINA, F. J., «Los establecimientos turísticos y la propiedad intelectual audiovisual. Estado de la cuestión», en AURIOLES MARTÍN, A., (Coord.), *Aspectos jurídico-mercantiles del turismo*, Ed. Atelier, 2003, págs. 189 y sigs.
- MARÍN LÓPEZ, J.J. y ERDOZAÍN LÓPEZ, J.C., en ERDOZAÍN, J.C., GONZÁLEZ, A., MARÍN, J.J., SOL, M., «El test de las tres etapas y la comunicación pública. Mesa redonda» En «*Copyright* derecho de autor: ¿convergencia internacional en un mundo digital?» [Monográfico en línea]. *IDP. Revista de internet, Derecho y Política*. N.º 1. UOC. [Fecha de consulta 22 de agosto de 2010], <http://www.uoc.edu/idp/1/dt/esp/mesaredonda01.pdf>, págs. 21 y sigs.

- MARTÍN SALAMANCA, S., «A propósito del Auto del Juzgado de lo Mercantil n.º 2 de Madrid, de 24 de noviembre de 2004: Sobre qué derecho de autor se tutela en la comunicación pública de obras musicales», *Pe. i: Revista de propiedad intelectual*, n.º 21, 2005, págs. 123 y sigs.
- MENA NAVAS, F., «Canon televisivo en establecimientos turísticos», en AURIOLES MARTÍN, A. (Coord.), *Derecho y Turismo*, Málaga, 2000, págs. 145 y sigs.
- MICHINEL ÁLVAREZ, M. A., «Distribución por cable en habitaciones de hotel y Derecho de autor. Comentario a la Sentencia del TJCE de 3 de febrero de 2000 (Asunto C-293/98: Egeda c. Hoasa)», *Revista Jurídica Española La Ley*, n.º 4, año, 2000, págs. 1.498 y sigs.
- MUÑOZ XANCÓ, J., «Un derecho de la propiedad intelectual: «Estudio de la «Comunicación Pública» en el sector de la hostelería», en *Estudios Jurídicos en homenaje al Profesor Luis Díez-Picazo*, CABANILLAS SÁNCHEZ, A. (Coord.), Vol. 3, 2002, págs. 4081 y sigs.
- PÉREZ DE ONTIVEROS BAQUERO, C., «Aproximación al significado de la expresión «ámbito estrictamente doméstico» en la regulación legal de la facultad patrimonial de comunicación pública», *Pe.i. Revista de propiedad intelectual*, n.º 12, septiembrediciembre 2002, págs. 25 y sigs.
- PÉREZ DE ONTIVEROS BAQUERO, C., «La comunicación pública de las obras cinematográficas y demás audiovisuales», en AA.VV., *La Obra Audiovisual en la Reforma de la Ley de Propiedad Intelectual*, Thomson Aranzadi, Cizur Menor, 2008, págs. 13 y sigs.
- RIVERO HERNÁNDEZ, F., «Comentario al artículo 20 LPI», en BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., (Coord.), *Comentarios a la Ley de propiedad intelectual*, 2.^a Ed., Tecnos, 1997, págs. 364 y sigs.
- RIVERO HERNÁNDEZ, F., «Derechos de explotación», en BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, R., (Coord.), *Comentarios a la Ley de propiedad intelectual*, 2.^a edición, Tecnos, 1997.
- SÁENZ SANCHA, E., «Canon televisivo en establecimientos turísticos», en AURIOLES MARTÍN, A. (Coord.), *Derecho y Turismo*, Málaga, 2000, págs. 155 y sigs.
- VEGA VEGA, J. A., «Nuevas tecnologías y protección de la propiedad intelectual», en ROGEL VIDE, C. (Coord.), *Nuevas tecnologías y Propiedad intelectual*, Madrid, 1999.
- YZQUIERDO TOLSADA, M. y ARIAS MAIZ, V., «La televisión en las habitaciones de los hoteles: La historia interminable (con sus etapas ocultas)», *Diario La Ley*, n.º 5901, de 26 de noviembre de 2003, págs. 1 y sigs.