



Tu programa me suena: cómo protegerse ante el plagio

La legislación no deja claro cuándo un formato televisivo es original o una copia ilegal, lo que se convierte en un caldo de cultivo perfecto para el conflicto

POR JOSÉ MIGUEL BARJOLA

Hace una semana, la Audiencia Provincial de Barcelona cerró un nuevo capítulo del culebrón judicial por *Pasapalabra*. Los magistrados concluyeron que Atresmedia no dispone de los permisos para emitir el archiconocido El Rosco, la prueba final donde los concursantes responden a 25 preguntas, una por cada letra del abecedario, y que es propiedad del grupo neerlandés MC&F. Es el momento más seguido del programa y un seguro de audiencia de la cadena; sin embargo, si así lo confirma el Tribunal Supremo, Antena 3 tendrá que interrumpir su emisión.

El de *Pasapalabra* no ha sido el primer rifirrafe (ni será el último) entre productoras por programas que se parecen. Antes de ser cadenas hermanas, en 2008, Cuatro y Telecinco discutieron por

la emisión simultánea de *Tienes talento* y *Tú sí que vales*, espacios idénticos donde un jurado valoraba las actuaciones de personas anónimas en un auditorio. También en 2002, la similitud entre *Operación Triunfo*, en TVE, y *Popstars*, en Telecinco, dio pie a un cruce de demandas por plagio.

Copiar fórmulas de éxito es una táctica común en la pequeña pantalla, pero puede convertirse en un atajo plagado de minas legales. Sobre la cuestión surgen varios interrogantes: desde qué elementos del *show* pueden ser protegidos frente a terceros (el nombre, las pruebas, las dinámicas de votación, la composición del jurado o la forma de nominar) hasta cómo funcionan los contratos de licencia.

En España, la ley no prevé un mecanismo *ad hoc* para la protección de los formatos televisivos. Si bien, con la legislación en la mano, cualquier creación, si es inédita y única, otorga derechos de autor de forma inmediata. “Cuando el formato televisivo reúne características genuinamente originales y singulares, puede ser protegido como obra artística”, explica Diego Solana, socio de Cremades & Calvo-Sotelo.

Este blindaje natural es débil. Por ello, las productoras utilizan otros mecanismos para proteger sus proyectos. Una posibilidad es registrar el nombre, las cortinillas y las sintonías del programa como marcas. Otra vía de blindaje consiste en realizar un depósito notarial para demostrar “que el formato reúne un número significativo de características originales y singulares en una fecha determinada”, apunta el abogado.

Aun con estas cautelas, las productoras se las ven y se las desean para luchar contra los sucedáneos. Los formatos están condenados a ser, en menor o mayor medida, copiados. La razón es que las ideas “no son consideradas obras de propiedad intelectual”, señala el abogado Álvaro Écija, socio de ECIX Group. En otras palabras, lo que se protege no es el concepto, sino “la copia sustancial de una obra audiovisual”.

Para muestra, un botón. Sobre la idea de televisar una competición de cantantes anónimos existen decenas de variantes (*Factor X*, *Operación Triunfo*, *La Voz*, *El número 1...*). Todas son, a efectos legales, programas originales porque las productoras no pueden hacerse con el monopolio de un género televisivo. Lo contrario cerraría en exceso el mercado y atentaría contra los pilares de la libre creación.

“Los formatos televisivos se integran por una pluralidad de elementos, de tal forma que, pese a existir una idea compartida,

Roberto Leal
conduce el programa
‘Pasapalabra’. ROBERTO
GARVER (EUROPA PRESS)

modificando varios de estos elementos o incorporando otros nuevos, se puede entender que se trata de un producto televisivo distinto”, explica Javier Moreno, socio del despacho de abogados DIKEI.

Con este argumento, la Corte de Distrito de Ámsterdam resolvió un pleito entre las productoras de *Gran Hermano* y *Supervivientes* en Holanda. Los jueces concluyeron que, aunque ambos programas parten de premisas similares (un grupo de desconocidos que conviven en un lugar y son grabados), cada cadena desarrolla el concepto de forma dispar. Así, mientras que en *Gran Hermano* los concursantes conviven en una casa, en *Supervivientes* el grupo pasa sus días en una isla y están sometidos a pruebas de supervivencia. Son, a ojos de la justicia, programas diferentes.

Cuestión distinta es copiar un elemento definitorio. Algo tan original y genuino que defina la seña de identidad del programa. Por ejemplo, la mecánica de selección de participantes de *La Voz*, donde los jueces no ven a los intérpretes y pulsar un botón para girar su asiento, es una dinámica “tan característica y definidora de un formato que no podría fácilmente exportarse a otro”, señala el especialista.

Cuando un formato triunfa, las productoras exportan la fórmula al extranjero para hacer negocio. Un ejemplo patrio es *Tu cara me suena*, de Gestmusic, que ha llegado a 47 países. El cauce legal para conquistar el mapamundi son los contratos de licencias: acuerdos para ceder derechos a empresas locales, para que éstas repliquen la producción del programa en el extranjero y la adapten a la audiencia, pero bajo ciertas condiciones.

Javier Fernández-Lasquetty, socio de Elzaburu Abogados, lo define como una suerte de “contrato de franquicia”. La propietaria comparte el *know-how*, la receta del espectáculo, mientras que la productora local se compromete a respetar la idea original y a mantener un mínimo de calidad. Para evitar malentendidos, “algunas productoras cuentan con *flying producers* o productores volantes, personal que viaja de un país a otro para comprobar que el formato del que son dueños se produce según lo acordado”, señala el especialista.

Explotar un formato original sin la pertinente licencia puede salir caro. En los casos más graves, apunta el letrado Álvaro Écija, la empresa que se aprovecha de la invención de otro puede incurrir en un delito de plagio. El Código Penal contempla penas de prisión de 6 meses a 4 años en estos casos.

“**En 2002, Telecinco y Cuatro se pelearon en el juzgado por la emisión de *Tienes talento* y *Tú sí que vales***”

CLAVES

El caso de ‘El gran juego de la oca’

Posiblemente uno de los precedentes más sonados de plagio televisivo sea el que sufrió Juan Jiménez. En 1993, este saxofonista invirtió gran parte de sus ahorros en la producción de un capítulo piloto de un programa llamado *Parquelandia*. Presentó la propuesta a tres directivos de TVE como un concurso para niños que adaptaba el juego de la oca a la televisión.

Daniel Jiménez, hijo de Juan, cuenta el calvario que vivió su padre en el libro *El plagio* (2022) cuando, meses más tarde, para sorpresa de Juan, Antena 3 estrenaba el mismo programa con Emilio Aragón al frente. Salvo el nombre (lo bautizaron *El gran juego de la oca*) y los concursantes (adultos en vez de niños), lo demás era idéntico, pero Juan Jiménez nunca vio un euro.