

FUNDACION UNIVERSIDAD DE AMERICA



VICERRECTORIA ACADEMICA Y DE POSGRADO
DIRECCION DE INVESTIGACIONES

POLÍTICAS INSTITUCIONALES EN PROPIEDAD INTELECTUAL Y
DERECHOS DE AUTOR

BOGOTA SEPTIEMBRE 2.015

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

I. POLÍTICA DE PROPIEDAD INTELECTUAL

1. Política en materia de Derechos de Autor
2. Política en materia de Signos distintivos
3. Política en materia de Nuevas Creaciones

II. GLOSARIO

INTRODUCCIÓN

La UNIVERSIDAD DE AMÉRICA a través de la Vicerrectoría de Académica y de Posgrado, ha visualizado la importancia de la Propiedad Intelectual (PI) y evidenciado la necesidad de tomar medidas para potencializar la generación, protección, observancia, capacidades de innovación y la explotación de los resultados de la investigación y de todos los intangibles de la Universidad, susceptibles de protección vía Propiedad Intelectual.

De otra parte también actúa bajo principios éticos y de respeto por los derechos de PI de terceros y quiere asegurar que haya reconocimiento y garantías para tales derechos, evitando a la vez riesgos por su inobservancia.

Siendo así y en procura de promover el trabajo integrado entre las instancias de la Universidad respecto a los activos intangibles que en ella se generan, se ha considerado necesario contar con las políticas que orienten, cada una de las actuaciones que adelanta la Universidad e involucran derechos de propiedad intelectual, ya sean de la Universidad o de terceros.

I. POLÍTICA DE PROPIEDAD INTELECTUAL

La UNIVERSIDAD DE AMÉRICA ha consolidado su política en materia de propiedad intelectual, que será el marco de principios, creencias y valores que guiarán el que hacer universitario en relación con este tema.

Con las políticas generales de propiedad intelectual de la UNIVERSIDAD DE AMÉRICA se pretende:

- Generar, al interior de la UNIVERSIDAD DE AMÉRICA, la cultura del respeto por la producción intelectual, científica y de innovación, de propiedad de la Universidad o de terceros.
- Ajustar las pautas para que cada actuación de la Universidad y de su comunidad esté acorde a las normativas éticas y legales que rigen la acción de investigar, entendiendo las normas de propiedad intelectual como un soporte para las actividades desarrolladas al interior de la institución.
- Mejorar el reconocimiento de la Universidad y la visibilización del que-hacer investigativo mediante la consolidación de derechos de propiedad intelectual de sus resultados.
- Velar y exigir el respeto, cuidado y beneficios de la propiedad intelectual generada por cualquier miembro de la comunidad.
- Asegurar que la UNIVERSIDAD DE AMÉRICA sea el titular de los derechos de propiedad intelectual de las creaciones producidas por sus directivos, docentes, estudiantes, administrativos e investigadores, vinculados a la Universidad mediante contrato laboral a término indefinido, a término fijo, de prestación de servicios o de obra por encargo.
- Incentivar a los creadores, los grupos de investigación o unidades académicas de la Universidad mediante la participación en la distribución de los beneficios derivados de la explotación de los derechos de propiedad intelectual que ellos han ayudado a producir.
- Promover el uso de la propiedad intelectual como una herramienta que apoya la pertinencia de las investigaciones, reduciendo la posibilidad de invertir recursos en investigaciones obsoletas o redundantes, que no constituyan una aporte a la Universidad o a la sociedad.
- Explotar las ventajas de la propiedad intelectual como mecanismo que aumenta el valor de los resultados de la investigación y atraer la cooperación y la internalización de la actividad investigadora.

- Incluir el tema de propiedad intelectual en toda alianza con un tercero, que implique la transferencia de conocimiento desde o hacia la Universidad.
- Fomentar el proceder profesional de los miembros de la UNIVERSIDAD DE AMÉRICA respecto a la observancia de los derechos de propiedad intelectual de terceros.
- Consolidar documentos que reglamenten y guíen de manera clara cada una las actuaciones de la UNIVERSIDAD DE AMÉRICA en materia de propiedad intelectual.
- Establecer una estructura funcional que propicie la aplicación de los lineamientos fijados por la Universidad y las normas existentes en relación con la propiedad intelectual.

1. Política Institucional de la UNIVERSIDAD DE AMÉRICA en materia de Derechos de Autor:

Las políticas de la UNIVERSIDAD DE AMÉRICA en materia de Derechos de Autor están encaminadas a la protección de las obras artísticas (obras audiovisuales, obras de teatro, películas, obras musicales, obras de arte, tales como dibujos, pinturas, fotografías y esculturas, los diseños arquitectónicos, mapas, planos), literarias y científicas (Software, libros, folletos, las novelas, poemas, presentaciones con diapositivas, cartillas, software, guiones, letras de canciones, artículos, revistas, diseños de logotipos, afiches, trabajos de grado y tesis y en general, cualquier tipo de obra expresada mediante letras, signos o marcas convencionales), que se generen internamente en cualquiera de las dependencias de la institución, por parte de los administrativos, los estudiantes, docentes, u otro tipo de personal vinculado a la misma, susceptibles de ser reproducidas por cualquier medio conocido o por conocerse. Sin embargo se hará énfasis especial en los resultados de los proyectos de investigación en los cuales la Universidad es la titular de los derechos patrimoniales.

La UNIVERSIDAD DE AMÉRICA implementará como política en materia de derechos de autor, la establecida por la legislación nacional, las normas supranacionales y los tratados y convenios internacionales vigentes, resaltando el respeto y reconocimiento de los derechos morales en cabeza del autor, sea este administrativo, estudiante, docente, u otro tipo de personal vinculado a la institución, y tendiendo siempre a la adecuada legitimación de la titularidad de los derechos patrimoniales, según la figura aplicable al caso concreto.

Los derechos resultantes de la producción intelectual de la UNIVERSIDAD DE AMÉRICA serán protegidos y gestionados de acuerdo con el interés general y la observancia de los derechos constitucionales existentes en favor de la institución.

Así mismo, la UNIVERSIDAD DE AMÉRICA no solo velará por el respeto a los derechos de autor que nacen al interior de la institución, sino por la plena observancia dentro de la misma de los derechos de autor en cabeza de terceros por parte de administrativos, estudiantes, docentes, u otro tipo de personal vinculado a la Universidad.

Igualmente, la UNIVERSIDAD DE AMÉRICA adoptará todas las medidas para generación, inscripción y gestión de nuevas obras protegidas por el Derecho de Autor que se creen al interior de la universidad, por parte de los administrativos, los estudiantes, docentes, u otro tipo de personal vinculado a la misma, dentro de su Sistema de Investigación Universitario, susceptibles de ser reproducidas por cualquier medio conocido o por conocerse, cuyos derechos patrimoniales de autor estén en cabeza de la Universidad, con el fin de dotar a esta última de medios de prueba que establezcan la titularidad y fecha de creación de sus obras, así como de evidencias de cualquier acto que haya modificado a la titularidad durante la vida de la obra (cesiones, gravámenes, etc.)

Así mismo, la Universidad tomará todas las medidas para inscripción y gestión de aquellas obras protegidas por el Derecho de Autor que ya fueron creadas al interior de la institución por parte de los administrativos, los estudiantes, docentes, u otro tipo de personal vinculado a la misma y que en la actualidad se usan o explotan por parte de la Universidad, y cuyos derechos patrimoniales de autor estén en cabeza de la institución.

Lo anterior, con el fin de dotar a la UNIVERSIDAD DE AMÉRICA de medios de prueba que establezcan la titularidad y fecha de creación de sus obras, así como de evidencias de cualquier acto que haya modificado a la titularidad durante la vida de la obra (cesiones, gravámenes, etc.)

2. Política Institucional de la UNIVERSIDAD DE AMÉRICA en materia de nuevas creaciones:

2.1. Nuevas creaciones que requieren de un registro ante la autoridad competente.

Las políticas de la UNIVERSIDAD DE AMÉRICA en materia de Nuevas Creaciones están encaminadas a la protección de los productos, sean estos compuestos, composiciones, materiales, equipos, dispositivos, objetos o sus partes, procesos industriales, esquemas de circuitos integrados, variedades vegetales, metodologías o cualquier otro desarrollo del intelecto que tenga aplicación industrial, que se genere internamente en cualquiera de las dependencias de la institución, por parte de los administrativos, los estudiantes, docentes, investigadores u otro tipo de personal vinculado a la misma, cuyos derechos patrimoniales estén en cabeza de la institución, susceptibles de ser protegidas mediante mecanismos de propiedad industrial.

La UNIVERSIDAD DE AMÉRICA implementará como política en materia de nuevas creaciones, la establecida por la legislación nacional, las normas supranacionales y los tratados y convenios internacionales vigentes, resaltando el respeto y reconocimiento del creador, sea este administrativo, estudiante, docente, u otro tipo de personal vinculado a la institución, y tendiendo siempre a la adecuada legitimación de la titularidad de los derechos a favor de la Universidad, según la figura aplicable al caso concreto.

Los derechos resultantes de la producción intelectual de la UNIVERSIDAD DE AMÉRICA serán protegidos y gestionados de acuerdo con el interés general y a la observancia de los derechos constitucionales existentes en favor de la institución.

Así mismo, la UNIVERSIDAD DE AMÉRICA no solo velará por el respeto a los derechos de propiedad industrial que nacen al interior de la institución, sino por la plena observancia de los derechos de terceros por parte de administrativos, estudiantes, docentes, u otro tipo de personal vinculado a la Universidad.

Igualmente, la UNIVERSIDAD DE AMÉRICA adoptará todas las medidas para generación, registro y gestión de las nuevas creaciones que se creen al interior de la Universidad, por parte de los administrativos, los estudiantes, docentes, u otro tipo de personal vinculado a la misma, susceptibles de ser protegidas y cuyos derechos estén en cabeza de la Universidad.

La UNIVERSIDAD DE AMÉRICA tendrá a su cargo las decisiones sobre la explotación directa o indirecta de los derechos que ostente sobre las nuevas creaciones y controlará el cumplimiento de las obligaciones que terceros hayan adquirido en relación con el uso y/o comercialización de las nuevas creaciones. No obstante, velará por la participación de los creadores y los grupos a que ellos pertenecen de los beneficios derivados de dicha explotación.

2.2. Secretos Empresariales

La UNIVERSIDAD DE AMÉRICA implementará como política en materia de Información Confidencial y de Secreto Empresarial, la establecida por la legislación nacional, las normas supranacionales y los tratados y convenios internacionales vigentes, resaltando la importancia de concientizar al personal administrativo, estudiantes, docentes, u otro tipo de personal involucrado a la UNIVERSIDAD DE AMÉRICA sobre la adecuada protección, utilización y gestión de la información confidencial que puede llegar a constituir secreto empresarial y del respeto por los mismos.

Adoptar todas las medidas idóneas para la adecuada creación, protección, gestión y explotación de la información confidencial y de los secretos empresariales generados por y de titularidad de la UNIVERSIDAD DE AMÉRICA, por parte de los administrativos, los estudiantes, docentes, y otro tipo de personal vinculado a la misma, los cuales se encuentren susceptibles de ser aprovechados por la universidad bajo distintos ámbitos y medios.

Lo anterior, con el fin de dotar a la UNIVERSIDAD DE AMÉRICA de medios de prueba que establezcan y demuestren el carácter de secreto empresarial de la información confidencial y la titularidad que sobre ellos pueda tener la institución.

3. Política Institucional de la UNIVERSIDAD DE AMÉRICA en materia de signos distintivos:

La UNIVERSIDAD DE AMÉRICA ha visualizado la importancia de la Propiedad Intelectual (PI) a la vez que ha evidenciado la necesidad de tomar medidas para potencializar la generación,

protección, observancia, capacidades de innovación y la explotación de los resultados de la investigación y de todos los intangibles de la Universidad, susceptibles de protección vía la Propiedad Intelectual, entre los que se encuentran las marcas y demás signos distintivos. La institución ha de señalar como política, la idónea gestión de sus signos distintivos, orientando su uso y explotación hacia el crecimiento, fortalecimiento y consolidación de su imagen a nivel nacional e internacional.

Las marcas son consideradas como uno de los activos intangibles de mayor importancia, pues son los signos visibles con los que se distinguen los productos o servicios en el mercado. Por tanto, es preciso considerarla como una herramienta en el posicionamiento de la UNIVERSIDAD DE AMÉRICA, y de sus servicios.

Una marca es un signo distintivo que está conformado por cualquier combinación de palabras, imágenes, figuras, símbolos, gráficos, logotipos, monogramas, retratos, etiquetas, emblemas y escudos, sonidos, olores, las letras y los números, un color delimitado por una forma, o una combinación de colores, la forma de los productos, sus envases o envolturas.

El requisito legal fundamental de una marca es la distintividad, es decir, que el signo tenga la capacidad de conferir al producto o servicio, la identidad o distinción en el mercado, respecto de los productos o servicios de sus competidores.

Las marcas constituyen, en sí mismas, un bien intangible que hace parte del patrimonio, pues la ley las protege a través del registro otorgándole a su titular un derecho de uso exclusivo sobre ellas. El registro de una marca excluye a terceros de la posibilidad de usar una marca idéntica o similarmente confundible lo que a su vez se traduce en una herramienta de competitividad.

Todo signo distintivo necesario en la Universidad debe contribuir a la diferenciación de la institución en el ámbito académico permitiéndole así consolidarse como una fuerza dentro de su sector para distinguir los productos o servicios que presta la misma. Por tanto deberá ser creado atendiendo a las buenas prácticas de propiedad intelectual, protegida conforme a la ley y gestionada de acuerdo con el interés público y con los derechos constitucionales y legales existentes.

La UNIVERSIDAD DE AMÉRICA tendrá como política, la enfatización de la importancia de la marca, teniendo en cuenta lo siguiente:

- a) Una marca registrada es un bien intangible, que hace parte del patrimonio, que tiene un valor y como tal puede ser vendido, puede licenciarse su uso, sirve como garantía ante un crédito, o para generar el negocio de franquicia.
- b) El titular de la marca adquiere un monopolio legal sobre ella, el cual es exigible frente a terceros. Es decir puede usar la marca de manera exclusiva y excluir a terceros para usar marcas idénticas o confundibles.
- c) La solicitud de una marca da prioridad al solicitante sobre cualquier solicitud posterior.

- d) El registro de una marca servirá de obstáculo frente a terceros quienes con intención de solicitar un registro de marca idéntica o similar realicen una búsqueda de antecedentes marcarios.
- e) Un portafolio amplio de marcas robustece el patrimonio de una empresa y contribuye su imagen.

II. GLOSARIO

- **APORTE CREATIVO ORIGINARIO U OBRA ORIGINARIA.** Aporte fruto del ingenio humano, realizado por el autor o grupo de autores, y que pueda ser considerado original, catalogado como obra dentro de los campos literario o artístico, susceptible de ser reproducido por cualquier medio conocido o por conocerse, y que no atente contra derechos previamente adquiridos por terceros.
- **AUTOR.** Es la persona natural que crea la obra. Quien realiza el esfuerzo intelectual que efectivamente expresa y materializa. Al Autor corresponden en principio los derechos patrimoniales y morales derivados de la obra.
- **BASES DE DATOS:** Las bases de datos están protegidas siempre que la selección o disposición de sus materias constituyan una creación intelectual. La protección concedida no se hará extensiva a los datos de información compilados, pero no afectará los derechos que pudieran existir sobre las obras materiales que lo conforman. La protección otorgada por el derecho de autor a las bases de datos originales, no se extiende a la información contenida en las mismas, sin perjuicio de los derechos que puedan predicarse sobre la información objeto de la compilación.
- **BIOTECNOLOGÍA.** Toda aplicación tecnológica que utilice sistemas biológicos u organismos vivos, partes de ellos o sus derivados, para la creación o modificación de productos o procesos para usos específicos. Se entenderá por organismo parte o todo de seres vivos, tales como células de humanos, animales, vegetales, bacterias, actinomicetos, hongos, virus, protozoos y algas, etc.
- **COAUTOR.** Es la persona natural que participa de manera conjunta y significativa en la creación de una obra, de tal manera que sus aportes no puedan ser escindidos de aquellos aportes de los demás autores.
- **CONFIDENCIALIDAD.** Se entiende como una obligación adquirida por los docentes, estudiantes, egresados, administrativos, directivos, investigadores, contratistas o personal externo de la UNIVERSIDAD DE AMÉRICA, la cual consiste en no divulgar, usar o permitir el acceso a terceros, sin previa autorización por parte de la Universidad, de los

contenidos de tipo técnico, como fórmulas, especificaciones, diseños, know-how (saber hacer – conocimientos técnicos), metodologías, procedimientos, contenidos de bases de datos, así como la información relativa a estrategias y planes de valor real o potencial para la institución, a través de cualquier medio. La información confidencial debe estar clasificada y categorizada para hacer más efectivos los compromisos de confidencialidad. Sin embargo, si en casos particulares no estuviere clasificada y categorizada, esta circunstancia no alterará la obligación de guarda de la confidencialidad.

- **CONFLICTOS DE INTERÉS.** Se considera que hay lugar a conflictos de interés, cuando cualquier acción u omisión por parte de un docente, estudiante, egresado, funcionario administrativo, directivo, contratista o personal externo participante de una actividad de producción intelectual, tenga una repercusión contraria a los intereses de la Universidad.
- **DENOMINACIONES DE ORIGEN.** De conformidad con la Decisión 486 de 2000, se entenderá por denominación de origen, una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado, o constituida por una denominación que se refiere a una zona geográfica específica, utilizada para designar un producto originario de ellos y cuya calidad, reputación u otras características se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos.
- **DERECHO DE AUTOR.** Es el conjunto de derechos de carácter patrimonial y moral que el autor puede ejercer respecto de la obra.
- **DERECHOS CONEXOS O VECINOS:** Conjunto especial de derechos relacionados con el Derecho de Autor, por los cuales la ley otorga a sus titulares las facultades para autorizar u oponerse a la fijación, reproducción, comunicación al público, transmisión o cualquier otra forma de uso de sus ejecuciones, interpretaciones y emisiones y a obtener remuneración económica por las autorizaciones. Los derechos conexos se conceden a los artistas intérpretes o ejecutantes, los productores de grabaciones sonoras y a los organismos de radiodifusión por sus programas radiofónicos y televisivos, titulares estos que se convierten en un instrumento y soporte en la divulgación, comercialización y promoción de las obras del intelecto creadas por los autores. Se incluye igualmente, recursos y contenidos en entornos digitales electrónicos, así como todos los productos tecnológicos, informáticos y telemáticos.
- **DERECHOS DE OBTENTORES DE VARIEDADES VEGETALES.** Conjunto de derechos otorgados por el ordenamiento jurídico en favor de quien (el obtentor) desarrolle y obtenga una nueva variedad vegetal siempre que sea nueva, homogénea, distinguible y estable.
- **DERECHOS MORALES DE AUTOR.** Prerrogativas de carácter personalísimo que detenta el autor, las cuales le confieren los siguientes derechos inalienables, inembargables, imprescriptibles e irrenunciables, cuyo ejercicio corresponderá a sus derechohabientes, al tiempo de su muerte:
 - i. Conservar la obra inédita o divulgarla;

- ii. Reivindicar la paternidad de la obra en cualquier momento;
 - iii. Oponerse a toda deformación, mutilación o modificación que atente contra el decoro de la obra o la reputación del autor; y,
 - iv. Retirar o suspender la circulación, por cualquier medio de la obra así previamente se haya autorizado tal circulación (derecho de arrepentimiento). Cuando el autor hace uso de esta prerrogativa deberá proceder a indemnizar los daños y perjuicios que con su obrar pueda causar a terceros legítimamente constituidos.
- **DERECHOS PATRIMONIALES DE AUTOR.** Prerrogativas o facultades de orden económico y pecuniario, que detenta el autor o, en su caso, sus derechohabientes, traducidas en el derecho exclusivo de realizar, autorizar o prohibir:
 - i. La reproducción de la obra por cualquier forma o procedimiento;
 - ii. La comunicación pública de la obra por cualquier medio que sirva para difundir las palabras, los signos, los sonidos o las imágenes;
 - iii. La distribución pública de ejemplares o copias de la obra mediante la venta, arrendamiento o alquiler;
 - iv. La importación al territorio de cualquier País Miembro de copias hechas sin autorización del titular del derecho; y,
 - v. La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación de la obra.

Las formas de disposición o utilización de las creaciones intelectuales son independientes entre sí, de modo tal que la autorización otorgada para una de ellas, no se entiende como extensiva a las demás.

- **DISEÑO INDUSTRIAL.** Se considera como la apariencia particular de un producto que resulte de cualquier reunión de líneas o combinación de colores, o de cualquier forma externa bidimensional o tridimensional, línea, contorno, configuración, textura o material, sin que cambie el destino o finalidad de dicho producto.
- **DIVULGACIÓN.** Es el acto de hacer accesible un activo de propiedad intelectual al público, por cualquier medio oral, escrito, sonoro, tecnológico, impreso, virtual o digital.
- **DOCUMENTO DE CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES DE AUTOR.** Es el documento por medio del cual el docente, estudiante, egresado, administrativo, directivo, investigador, contratista o personal externo de la UNIVERSIDAD DE AMÉRICA, cede a favor de la citada Universidad sus derechos patrimoniales de autor sobre la obra respectiva. El documento de cesión debe ser firmado por el cedente, el cesionario y presentado personalmente ante Notario Público y radicado ante la Dirección nacional de derechos de autor.
- **ENSEÑA COMERCIAL.** Es el signo o denominación utilizada por una empresa sea esta comercial, de educación, de investigación o de otra naturaleza para identificar su establecimiento empresarial o institucional.

- **ESQUEMA DE TRAZADO DE CIRCUITOS INTEGRADOS.** Es la protección que se otorga a quien ha desarrollado un circuito integrado o un esquema de trazado, los cuales se definen en los siguientes términos:
 - ✓ **Circuito integrado:** Un producto en su forma final o intermedia, de cuyos componentes al menos uno es un elemento activo y alguna o todas las interconexiones, forman parte integrante del cuerpo o de la superficie de una pieza de material, destinado a realizar una función electrónica.
 - ✓ **Esquema de trazado:** La disposición tridimensional, expresada en cualquier forma, de los elementos, siendo al menos uno de éstos activo, e interconexiones de un circuito integrado, así como esa disposición tridimensional preparada para un circuito integrado destinado a ser fabricado.
- **INVENCIÓN:** Es la solución material que se da a un problema técnico y se obtiene como resultado de un esfuerzo intelectual. (El resultado será un producto, proceso o usos, este último no es patentable en Colombia).
- **LICENCIAMIENTO BAJO CREATIVE COMMONS:** Alude al otorgamiento de licencias de derechos de propiedad intelectual, aplicables a todo tipo de obras o prestaciones, las cuales son otorgadas por el autor a favor de terceros quienes siempre deberán reconocerle su autoría), e implican siempre la cesión de los derechos patrimoniales de reproducción, distribución y comunicación pública, y de manera opcional se incluye la cesión del derecho de transformación, y los usos comerciales. Son aplicables a cualquier modalidad de explotación (digital, impresa) y no tienen que ser exclusivas.
- **MARCA:** Es un signo distintivo que sirve para identificar productos o servicios en el mercado. Es el signo que otorgará a una persona o empresa la capacidad de identificar sus productos o servicios de otros idénticos o similares existentes en el mercado.
- **MODELO DE UTILIDAD:** Se considera a toda nueva forma, configuración o disposición de elementos, de algún artefacto, herramienta, instrumento, mecanismo u otro objeto o de alguna parte del mismo, que permita un mejor o diferente funcionamiento, utilización o fabricación del objeto que le incorpore o que le proporcione alguna utilidad, ventaja o efecto técnico que antes no tenía.
- **NOMBRE COMERCIAL:** Es el signo que identifica a un comerciante o a una empresa en el tráfico mercantil y que sirve para distinguirlo de otros comerciantes o empresas que desarrollan actividades idénticas o similares.
- **NUEVAS CREACIONES:** Todo producto, procedimiento o información que sea susceptible de protección mediante patente de invención, patente de modelo de utilidad, diseño industrial, registro de circuito integrado, esquemas de trazado de circuitos integrados, derechos de obtentor de variedades vegetales y secretos empresariales, siempre y cuando cumpla los requisitos legales para acceder a ella.

- **OBRA:** Es la creación intelectual original de una persona natural en el campo literario o artístico (incluyendo los programas informáticos), susceptible de ser divulgada, reproducida o definida por cualquier medio conocido o por conocerse, sin que importe para ello su mérito, calidad o destinación.
- **OBRAS ARTÍSTICAS:** Obras audiovisuales, obras de teatro, coreografías, películas, obras musicales, obras de arte, tales como dibujos, pinturas, fotografías, murales, esculturas, los diseños arquitectónicos, mapas y planos.
- **OBRAS LITERARIAS/CIENTÍFICAS:** Libros, folletos, novelas, poemas, presentaciones con diapositivas, cartillas, software, guiones, letras de canciones, y en general, cualquier tipo de obra expresada mediante letras, signos o marcas convencionales.
- **OBRA INÉDITA:** Aquella que no haya sido dada a conocer al público.
- **OBRA PÓSTUMA:** Aquella que es publicada después de la muerte de su autor.
- **OBRA ORIGINARIA:** Aquella que es primitivamente creada.
- **OBRA DERIVADA:** Aquella que resulte de la adaptación, traducción u otra transformación de una obra originaria, siempre que constituya una creación autónoma.
- **OBRA EN COLABORACIÓN:** La que es producida conjuntamente, por dos o más personas naturales, cuyos aportes no pueden ser separados. En este evento el ejercicio de los derechos patrimoniales corresponderá a todos los autores, de tal manera que para que uno de ellos utilice la obra, necesitará el consentimiento de todos los demás.
- **OBRA COLECTIVA:** La que es producida por un grupo de autores por iniciativa y bajo la orientación de una persona natural o jurídica que la coordina, divulga y publica bajo su nombre. En este caso, la ley presume que esta última detendrá los derechos patrimoniales (derechos de explotación de la obra), por lo que deberá especificarse en la casilla 3 del formulario, denominada "Transferencias", a quién corresponden los derechos patrimoniales y acompañar el documento que acredita tal circunstancia. Los autores sólo conservarán las prerrogativas morales.
- **OBRA POR ENCARGO:** Conforme al artículo 20 de la Ley 23 de 1982: Cuando uno o varios autores, mediante contrato de servicios, elaboren una obra según plan señalado por persona natural o jurídica y por cuenta y riesgo de ésta, sólo percibirán, en la ejecución de ese plan los honorarios pactados en el respectivo contrato. Por este solo acto, se entiende que el autor o autores transfieren los derechos sobre la obra, pero conservarán el derecho a reivindicar en todo tiempo la paternidad de su obra y a oponerse a toda deformación o mutilación de la obra, cuando tales actos puedan causar o acusen perjuicio a su honor o a su reputación, o la obra se demerite.

- **PATENTE:** Título o derecho de propiedad de carácter temporal sobre una invención, otorgado por el Estado a su titular, para explotar de forma exclusiva la invención y para impedir a terceros la fabricación, venta o utilización comercial de la invención protegida.
- **PROPIEDAD INDUSTRIAL:** Es la protección que otorga el ordenamiento jurídico a los signos distintivos y nuevas creaciones.
- **RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL:** Corresponde a un atributo de la personalidad necesario para la conformación de una sociedad. Es el nombre que identifica a una persona jurídica como sujeto de relaciones jurídicas y, por tanto, susceptible de derechos y obligaciones.
- **RECURSOS Y CONTENIDOS EN UN ENTORNO DIGITAL:** Son considerados recursos y contenidos disponibles en el entorno digital, entre otros:
 - ✓ **CONTENIDOS DIGITALES:** Cualquier tipo de contenido como fotografías, figuras, ilustraciones, imágenes, dibujos, artículos, poemas, informes, planes de negocios, diseños de ingeniería, libros electrónicos (e-books), multimedia (música y películas), puestos a disposición del público o de los usuarios en forma digital.
 - ✓ **BASE DE DATOS:** Recopilación de datos puntuales u obras (preexistentes o no, originales o derivadas) que pueden ser utilizados manualmente o por medios electrónicos, hechos de forma organizada, tal que permite la recuperación de la información por los usuarios.
 - ✓ **PÁGINA WEB:** Es un medio de comunicación de características interactivas, que contiene información, (textos, imágenes, datos, sonidos, etc.), y está sujeto a un cambio constante en sus contenidos.
 - ✓ **OBRA MULTIMEDIA:** Creación original a partir de elementos de diferente naturaleza, literarios, artísticos (sonoros, visuales), desarrollados en un sistema multimedia (utilización de múltiples medios de comunicación en forma simultánea para presentar información), expresamente para la elaboración de una obra.
- **SECRETOS EMPRESARIALES:** Información que se encuentra protegida, que no suele ser obvia para las personas conocedoras del sector técnico, que no es de fácil acceso y cuyo valor comercial reside en el hecho de ser secreta y de que ha sido objeto de medidas razonables para mantenerla secreta por su propietario.
- **SIGNOS DISTINTIVOS:** Todos aquellos elementos nominativos, gráficos, o la combinación que resulte de los dos, los cuales tengan como objeto identificar un producto, un servicio, un comerciante o una actividad económica en el mercado.
- **SOFTWARE:** Expresión de un conjunto de instrucciones mediante palabras, códigos, planes o en cualquier otra forma que, al ser incorporadas en un dispositivo de lectura automatizada, es capaz de hacer que un ordenador -un aparato electrónico o similar capaz de procesar dicha información-, ejecute determinada tarea u obtenga determinado resultado. El programa de ordenador comprende también la documentación técnica y los manuales de uso. Por tanto, tal como lo señala el artículo 4 de la Decisión 351 de 1993, el

programa de ordenador se protege a través del régimen del derecho de autor y ello implica que el autor cuenta con prerrogativas de carácter patrimonial y moral sobre su obra.

- **TITULAR DE DERECHOS PATRIMONIALES DE AUTOR:** Las personas naturales o jurídicas distintas al autor, podrán detentar la calidad de titulares de derechos patrimoniales de autor.