

Комитет по развитию и интеллектуальной собственности (КРИС)

**Двадцать восьмая сессия
Женева, 16–20 мая 2022 г.**

ОБЗОР РЕЗУЛЬТАТОВ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА ПОВЕСТКИ ДНЯ В ОБЛАСТИ РАЗВИТИЯ «АВТОРСКОЕ ПРАВО И РАСПРОСТРАНЕНИЕ КОНТЕНТА В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ»

Документ подготовлен Секретариатом

1. Приложение к настоящему документу содержит обзор результатов реализации проекта Повестки дня в области развития «Авторское право и распространение контента в цифровой среде» (документ CDIP/22/15 Rev.), подготовленный руководителем проекта.

2. *КРИС предлагается
принять к сведению
информацию, содержащуюся в
приложении к настоящему
документу.*

[Приложение следует]

СОДЕРЖАНИЕ

1. ВВЕДЕНИЕ	2
2. КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ	2
I. Исследование нормативно-правовой основы аудиовизуального контента в Латинской Америке	2
Часть 1: Аудиовизуальные бизнес-модели Over-The-Top (OTT) в Латинской Америке: последние тенденции и будущее развитие	2
Приложение к части 2:.....	4
Часть 3: Правовой режим для зарубежных авторов в аудиовизуальных произведениях	4
Часть 4: Виды договорной практики в аудиовизуальном секторе в цифровой среде	6
Часть 5: Идентификация и использование метаданных в аудиовизуальных произведениях	8
Часть 6: Методы альтернативного урегулирования споров (АУС) ВОИС применительно к аудиовизуальным бизнес-моделям OTT	9
II. Аудиовизуальный контент в сфере общественного достояния и произведения, авторы которых неизвестны	9
III. ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРИМЕРЫ	10
Практический пример I: Женщины в аудиовизуальном секторе: обзор ситуации в Испании и странах Латинской Америки.....	10
Практический пример II: Опыт независимого бразильского продюсера в области распространения аудиовизуального контента в интернете	10
Практический пример III: Разработка локальной OTT-платформы	11
Практический пример IV: Очистка прав с точки зрения одного из независимых бразильских продюсеров	11
Практический пример V: Роль агрегатора в распространении видео по запросу (VoD) в Бразилии и странах Латинской Америки: опыт Sofa Digital	12
Практический пример VI: Данные в аудиовизуальном бизнесе: тенденции и возможности	13
Практический пример VII: Онлайн-платформы Cine.ar и cine.ar.play	15

ОБЗОР РЕЗУЛЬТАТОВ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА ПОВЕСТКИ ДНЯ В ОБЛАСТИ РАЗВИТИЯ «АВТОРСКОЕ ПРАВО И РАСПРОСТРАНЕНИЕ КОНТЕНТА В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ»

1. ВВЕДЕНИЕ

Настоящий документ содержит краткое описание двух исследований и анализа шести практических примеров, заказанных в рамках Пилотного проекта «Авторское право и распространение контента в цифровой среде» (документ [CDIP/22/15 Rev.](#)). Проект, среди прочего, призван повысить осведомленность авторов и других заинтересованных сторон о существующей правовой основе, представить примеры характерных особенностей рынка аудиовизуального контента в цифровой среде в настоящее время и исходную информацию для обсуждения актуальных вопросов, касающихся авторского права и смежных прав на примере рынков цифровой аудиовизуальной продукции в странах-участницах, которыми являются Аргентина, Бразилия, Коста-Рика, Эквадор, Перу и Уругвай.

Полный текст исследований и практических примеров доступен в Онлайн-каталоге проектов и результатов ПДР по следующему адресу:

https://dacatalogue.wipo.int/projects/DA_1_3_4_10_11_16_25_35_01

2. КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ

I. ИССЛЕДОВАНИЕ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЙ ОСНОВЫ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТА В ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКЕ

Часть 1: Аудиовизуальные бизнес-модели Over-The-Top (ОТТ) в Латинской Америке:
последние тенденции и будущее развитие

Автор: Рауль Кац

Языки: [английский](#) и [испанский](#)

Краткое описание

В этом исследовании анализируется эволюция различных бизнес-моделей оказания аудиовизуальных услуг Over-The-Top (ОТТ) в последнее время и прогнозы на ближайшее будущее. Последние тенденции во всем мире и в Латинской Америке иллюстрируют значение развития этих платформ: во всем регионе ими пользуются около 84% домохозяйств, имеющих фиксированный широкополосный доступ. Аудиовизуальные сервисы ОТТ не основаны на какой-то единственной бизнес-модели. Хотя все они ориентированы на удовлетворение одной и той же потребности – потребности в развлечениях, существуют различия в плане преимуществ, делающих их более привлекательными, ресурсов, имеющихся у них для оказания услуг, механизмах получения прибыли и их операционных процедурах. Структура рыночных долей свидетельствует о четком разделении на нишевые аудитории, что объясняет фрагментацию рынка за пределами того, что охватывается лидерами в каждом из сегментов. Контент является неотъемлемой частью ценностного предложения, в

котором основную ценность представляет более широкий выбор произведений на платформах, на которых оплата производится за каждую транзакцию. Предложение национальных произведений определяется как конкурентное преимущество местных платформ, поэтому крупные глобальные ОТТ активизируют усилия по включению контента такого рода в свои программы. Ожидается, что в ближайшие несколько лет объем оказываемых услуг ОТТ в странах Латинской Америки будет продолжать увеличиваться. Ожидается также, что к 2023 г. во всех проанализированных странах фиксированной широкополосной связью будут пользоваться более 90% домохозяйств. Хотя можно ожидать, что масштабы использования моделей оплаты по подписке или оплаты за каждую транзакцию будут увеличиваться умеренными темпами, этот рост будет несколько более заметным в отношении бесплатных, основанных на рекламе моделей.

Часть 2: Правовая основа аудиовизуального сектора в цифровой среде

Автор: Марта Гарсия-Леон

Языки: [английский](#) и [испанский](#)

Краткое описание

Цель этого исследования — проанализировать текущее состояние рынка, а также национальные и наднациональные элементы правовой основы, применимой к использованию аудиовизуального контента в цифровой среде в Аргентине, Бразилии, Коста-Рике, Эквадоре, Перу и Уругвае.

Из результатов исследования становится очевидным, что рынки аудиовизуальной продукции и условия для ее производства в этих странах неоднородны, и часто приходится иметь дело с проблемами в плане получения доступа к цифровым каналам для распространения контента наравне с контентом, произведенным в других местах, в частности, крупными зарубежными производителями.

Цель этого анализа – охарактеризовать правовой режим авторского права и смежных прав в цифровой среде и применяемые системы лицензирования, а также изучить факторы неопределенности, определить проблемы и возможности для мультитерриториального распространения контента в Латинской Америке при существующей юридической ситуации в Аргентине, Бразилии, Коста-Рике, Эквадоре, Перу и Уругвае.

В последние годы объем производства аудиовизуальной продукции в странах Латинской Америки существенно увеличился и вызывает растущий интерес в других регионах. В то же время существенно вырос спрос на аудиовизуальный контент любых форматов. Тем не менее, несмотря на то что использование аудиовизуального контента в цифровой среде, в том числе на цифровых платформах, с помощью мобильных устройств, в интернете, в социальных сетях и другими способами очевидно является основным способом распространения, это по-прежнему связано с серьезными проблемами в плане распространения контента, произведенного в этом и других регионах. Более того, все более широкое использование этого способа меняет то, как организовано производство и финансирование контента, как в плане появления

новой динамики и процессов, так и в плане самой его структуры и, конечно же, поведения и предпочтений потребителей.

Реальность такова, что к числу факторов, препятствующих распространению и демонстрации национальных произведений, особенно фильмов, относится отсутствие регионального латиноамериканского рынка, преимуществом которого могло бы быть использование испанского языка как общего для всех стран, кроме Бразилии. Более того, хотя существуют организации, которые способствуют координации распространения контента в странах региона, таких организаций недостаточно.

Помимо отсутствия регионального латиноамериканского рынка, правила интеллектуальной собственности и различные положения, применимые к распространению аудиовизуального контента, остаются непоследовательными и несогласованными, что аналогичным образом влияет на контент из других стран.

Разработка и внедрение онлайн-платформ для распространения контента (или аналогичных систем) на этих рынках позволяет (или должно позволить) обеспечить доступ к контенту, который в противном случае было бы труднее получить, в частности, аудитории, которая старается получить доступ к латиноамериканскому аудиовизуальному контенту и которой приходится использовать незаконный публикуемый контент.

Приложение к части 2:

Сводная информация о действующих в странах режимах авторского права и смежных прав применительно к лицензированию аудиовизуального контента в интернете.

Автор: Марта Гарсия-Леон

Язык: [испанский](#)

Краткое описание

Это приложение содержит ряд диаграмм, иллюстрирующих системы авторского права и смежных прав, применимых к лицензированию аудиовизуального контента в интернете в участвующих странах.

Часть 3: Правовой режим для зарубежных авторов в аудиовизуальных произведениях

Автор: Аурелио Лопес-Тарруэла

Языки: [английский](#) и [испанский](#)

Краткое описание

Во всем мире существует отраженный в соответствующих международных конвенциях консенсус в отношении того, что авторы аудиовизуальных произведений заслуживают надлежащей защиты. Тем не менее, этот консенсус не столь широк, когда речь заходит о том, каким образом эти авторы должны получать вознаграждение за использование их произведений. Иногда это побуждает авторов аудиовизуальных произведений утверждать, что они не получают справедливого вознаграждения. Эту проблему,

которая упоминается довольно часто, также можно наблюдать в Латинской Америке и, за некоторыми исключениями, она может иметь место в юрисдикциях, охватываемых данным исследованием: в Аргентине, Бразилии, Коста-Рике, Эквадоре, Перу и Уругвае.

Проблема становится еще более острой, когда произведения используются не на рынке страны их происхождения, а на других рынках, одновременно или последовательно. Такую ситуацию ни в коем случае нельзя считать исключительной. В последние годы ситуация на аудиовизуальном рынке быстро меняется по мере появления новых цифровых технологий и онлайн-сервисов. В то время как продолжают действовать традиционные правила, регламентирующие периоды использования, и графики выпуска, возможности немедленного доступа через интернет к аудиовизуальному контенту во всем мире становятся все более широкими. Широкое распространение получают платформы видео по запросу (Netflix, Amazon, HBO и т. д.), как правило, предлагающие свои услуги в международном масштабе. В настоящее время к любому виду контента можно получить доступ либо бесплатно, в обмен на рекламу, по подписке или с оплатой за каждый просмотр, в связи с чем возникает вопрос о том, сколько еще могут просуществовать традиционные модели использования.

Хотя производство аудиовизуального контента действительно требует значительных инвестиций и сопряжено с высоким риском, если использование контента не ограничивается географическими рамками, доход, который эти платформы могут получать от использования этих произведений, экспоненциально увеличивается. Говорят, что это, якобы, не обязательно означает, что размер получаемого авторами вознаграждения авторов увеличивается пропорционально увеличению числа пользователей их произведений. Проблема не ограничивается исключительно использованием цифровых медиа. Авторы также не получают адекватного вознаграждения за прокат своих произведений в кинотеатрах, их показ по кабельному телевидению или по вещательным каналам. Как правило, авторы получают единовременный платеж при передаче всех своих прав и в большинстве случаев не имеют доли в доходах, получаемых от последующего использования произведения.

Целью этого исследования является изучение причин, препятствующих охране прав авторов аудиовизуальных произведений при использовании этих произведений в международном масштабе, а также оценка эффективности мер, принимаемых национальными системами авторского права для усиления этой охраны.

Как будет показано в следующем разделе, представители авторов называют две основные причины: различия между действующими в разных странах законами в области интеллектуальной собственности и легкость, с которой платформы могут действовать в обход правил, защищающих авторов в соответствии с контрактами, когда отношения приобретают международный характер.

Меры, применяемые в правовых системах анализируемых стран для охраны прав авторов аудиовизуальных произведений, рассматриваются в разделе III. Важную роль в этом отношении играют организации коллективного управления правами (далее ОКУ). Тем не менее, такие организации есть не во всех странах, анализируемых в данном исследовании. Второй элемент охраны, являющийся частью законодательств

некоторых стран, предусматривает просто установление права на вознаграждение за воспроизведение и публичное распространение аудиовизуальных произведений, от которого нельзя отказаться и которое подлежит коллективному управлению в обязательном порядке.

Прежде чем давать пояснения, следует отметить, что в настоящем документе речь идет в основном об авторах аудиовизуальных произведений, хотя многие выводы можно было бы аналогичным образом применить и к другим правообладателям, таким как исполнители.

Часть 4: Виды договорной практики в аудиовизуальном секторе в цифровой среде

Автор: Бертран Мулье и Александра Галвис

Язык: [английский](#)

Краткое описание

Часть 4 исследования призвана, в частности, дополнить собой параллельные исследования законодательной и нормативно-правовой базы авторского права, а также рынка цифровых развлекательных видеоматериалов и видеослужб в этих странах и в целом в регионе.

Хотя в настоящем исследовании вкратце упоминаются законодательные и нормативно-правовые основы цифрового рынка стран региона, а также общие тенденции развития этого рынка, основное внимание в нем уделяется заведенному порядку договорных отношений и соответствующей практике, а также изменениям, происходившим в последнее время на рынках и в бизнес-моделях по мере внедрения революционных технологий распространения цифрового контента.

Конкретные аспекты договорной практики в аудиовизуальном секторе Латинской Америки, рассматриваемые в данном исследовании, касаются непосредственно сделок, заключаемых между сторонами для передачи/лицензирования/переуступки авторских и смежных прав, и порядка выплаты гонораров, вознаграждения и распределения доходов. В первую очередь рассматриваются договоры о распространении и лицензировании, а также соглашения между профессиональными производителями аудиовизуального контента и такими структурами, как местные, региональные или глобальные дистрибьюторы, международные торговые агенты, платформы вещания и видео по запросу («VoD»), которые поставляют контент на потребительский рынок. Внимание сосредоточено на динамике изменений, происходящих по мере внедрения новых форм использования цифрового контента, которые в последние годы существенно усложнили цепочку создания стоимости аудиовизуальной продукции с точки зрения производителей. В исследовании рассматриваются договорные отношения исключительно в сфере профессионального коммерческого аудиовизуального контента.

Материалы для настоящего исследования были получены в основном в ходе подробных индивидуальных интервью с рядом активных в настоящее время участников творческих и экономических экосистем в аудиовизуальной сфере в шести отобранных странах Латинской Америки. В то время как большинство опрошенных

были авторами и предпринимателями, среди них были также руководители и менеджеры, ответственные за исполнение контрактов, представляющие отраслевые ассоциации, а также юристы, специализирующиеся на договорном праве. Результаты этих интервью были дополнены материалами, уже имевшимися у авторов, а также новыми кабинетными исследованиями. Сокращенная выдержка из второго издания публикации ВОИС Бертрана Мулье «Права, камера, мотор!» («Rights, Camera, Action») также была включена и в соответствующих случаях адаптирована в виде раздела 2 исследования, в котором обобщаются основные особенности контрактов на распространение и продажу аудиовизуальных материалов, заключаемых в разных странах мира.

При необходимости авторы опрашивали также специалистов из других стран Латинской Америки, помимо тех шести, которые были отобраны для этого исследования. Это был логичный выбор, продиктованный реальностью постоянно меняющегося рынка, на котором сотрудничество между продюсерами и создателями контента часто выходит за рамки национальных границ. В частности, в разных странах Латинской Америки существует устоявшаяся практика совместного производства на многосторонней основе с участием продюсеров и платформ для получения финансирования в большем объеме и обеспечения более широкого обращения производимых видеоматериалов и телепередач/программ потокового вещания в странах Латинской Америки. Судя по всему, появление и распространение VOD обеспечило большую гибкость в этом отношении и способствовало увеличению рынка контента, импортируемого из других стран Латинской Америки местными дистрибьюторами и/или платформами, покупающими лицензии, действующие одновременно на нескольких территориях.

Получение исходной фактической информации и данных по теме исследования оказалось, как и ожидалось, сложной задачей по понятным причинам, обусловленным коммерческой и деловой практикой и необходимостью соблюдения строгой конфиденциальности информации о переговорах и условиях контрактов, которые часто содержат обеспеченные правовой санкцией положения о неразглашении или конфиденциальности. Как того требуют этические соображения общения с опрашиваемыми, результаты были разбиты на широкие категории наблюдений, что обычно делается для обеспечения анонимности и во избежание идентификации договорной практики, применяемой конкретными платформами, вещательными компаниями, продюсерами и другими участниками цепочки создания стоимости, производства и распространения аудиовизуальной продукции. В тех случаях, когда физические лица и корпорации давали прямое согласие на раскрытие определенной информации, касающейся конкретных договоров или их частей, исследование содержит прямые ссылки на соответствующую информацию с заранее согласованным уровнем детализации.

Часть 5: Идентификация и использование метаданных в аудиовизуальных произведениях

Автор: Густаво Шотц

Языки: [английский](#) и [испанский](#)

Краткое описание

Часть 5 посвящена распространению аудиовизуального контента в цифровом формате через онлайн-платформы. Когда аудиовизуальное произведение создано и начинается его распространение в любом формате и по любому каналу, важно иметь возможность идентифицировать его в разные моменты времени и для разных целей, например, чтобы правообладатели могли осуществлять свои права. В глобальной цифровой среде, в которой дистрибьюторы и пользователи в любой стране имеют возможность одновременно использовать аудиовизуальные произведения на разных платформах, крайне важно внимательно отслеживать их использование.

Цель этого исследования – помочь понять и проанализировать возможные способы решения пяти основных проблем, связанных с информацией и метаданными:

а) задержки в сборе и загрузке данных; б) отсутствие данных; в) потеря данных; д) искажение и несовместимость данных; и е) объем данных. В частности, мы сосредоточим внимание на упрощении управления информацией об аудиовизуальных произведениях, чтобы снизить расходы, связанные с распространением контента. Увеличение аудитории и повышение качества продукции требуют расширения каналов распространения, что чревато потерей контроля и снижением доходов. Кроме того, для распространения через несколько платформ необходимо, чтобы информация и базы данных были функционально совместимыми.

Наиболее серьезной проблемой для мелких производителей в странах, охваченных этим проектом, является отсутствие информации о распространении произведений. В то время как цифровой рынок потенциально позволяет использовать произведение во всем мире посредством дублирования или при помощи субтитров, в действительности потенциальным пользователям очень трудно получить к нему доступ, не располагая достаточной информацией. В таких случаях, если произведение используется во многих юрисдикциях, отсутствие информации не позволяет правообладателям получать причитающееся им вознаграждение за такое использование.

В этом докладе основное внимание уделено данным и метаданным о профессионально создаваемых и распространяемых аудиовизуальных произведениях. В нем не рассматривается пользовательский контент (UGC), хотя такой контент можно считать аудиовизуальным произведением, поскольку технически он не является произведенным продуктом в коммерческом смысле.

Часть 6: Методы альтернативного урегулирования споров (АУС) ВОИС применительно к аудиовизуальным бизнес-моделям ОТТ

Авторы: Леандро Тоскано и Оскар Суарес

Языки: [английский](#) и [испанский](#)

Краткое описание

С ростом числа контрактов, заключаемых в отношении одного аудиовизуального произведения, некоторые из которых даже изначально не были в письменной форме, часто возникают споры на разных этапах использования аудиовизуального контента. В условиях роста международного производства контента и его глобального распространения в соответствии с бизнес-моделью ОТТ, возрастает потребность в поиске способов защиты интересов владельцев авторских прав и пользователей контента в цифровой среде. Это происходит в глобальном масштабе, в том числе в контексте Латинской Америки. В частности, необходимо, чтобы у сторон были эффективные с точки зрения времени и затрат средства для разрешения споров, которые могут возникнуть в связи с их договорными отношениями, особенно в том, что касается трансграничных элементов. В связи с этим увеличивается число трансграничных споров в кино- и медиаиндустрии, рассматриваемых Центром ВОИС по арбитражу и посредничеству (Центром ВОИС) в порядке посредничества и арбитража.

II. АУДИОВИЗУАЛЬНЫЙ КОНТЕНТ В СФЕРЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ДОСТОЯНИЯ И ПРОИЗВЕДЕНИЯ, АВТОРЫ КОТОРЫХ НЕИЗВЕСТНЫ

Автор: Маркос Вашович

Язык: испанский

Краткое описание

Несмотря на то, что в последние десятилетия вопрос общественного достояния в авторском праве активно изучается и остается темой многочисленных инициатив, национальные и международные правила редко содержат определения и еще реже – подробное описание того, что это такое. Аудиовизуальный сектор особенно подвержен риску ухудшения состояния старых произведений из-за ненадежности носителей, на которых они хранятся, что требует особых условий защиты в контексте стран с формирующейся рыночной экономикой, где мало соответствующих учреждений и отсутствуют необходимые условия. Простая передача произведения в общественное достояние не обязательно означает пользу с точки зрения культуры или доступа. Будет сохраняться необходимость в мерах государственной политики, технических инновациях и правовых реформах, причем не только в области авторского права, с тем чтобы как можно больше людей могли пользоваться произведениями, являющимися общественным достоянием, что приносит пользу всему обществу.

III. ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРИМЕРЫ

Практический пример I: Женщины в аудиовизуальном секторе: обзор ситуации в Испании и странах Латинской Америки

Языки: [английский](#), [испанский](#) и португальский

Авторы: Дебора Иванов, Лусиана Виейра, Алетейя Селонк и Марсия Кандидо

Краткое описание

Цель анализа этого практического примера – обсудить участие женщин в аудиовизуальном секторе в Испании и некоторых странах Латинской Америки. Для этой цели мы описали в общих чертах ситуацию в плане гендерного разнообразия, особо подчеркнув процент женщин на руководящих должностях в творческом секторе, то есть в режиссуре, написании сценариев и продюсерской деятельности. По возможности мы представляли информацию о других технико-художественных функциях, а также о занятости в секторе в целом и о доли женщин, занимающихся написанием сценариев. Данные, относящиеся к этой последней категории, доступны не по всем странам и, следовательно, несопоставимы; однако они способствуют пониманию различных сценариев и поэтому были включены в разделы по каждой из стран.

В этой работе собраны данные по Аргентине, Бразилии и Мексике — трем крупнейшим производителям контента в Латинской Америке, а также по Уругваю и Испании. Включение Испании обосновано тем, что она играет важную роль в распространении произведений на испанском языке. Текст разделен на три части. В первой части обсуждается концепция гендерного разнообразия в аудиовизуальном секторе и его значение с социально-экономической точки зрения. Во второй части анализируются данные по каждой из стран. В заключительном разделе систематизированы результаты исследования, сравниваются условия в разных странах и обсуждаются причины выявленных диспропорций и возможные способы их устранения.

Практический пример II: Опыт независимого бразильского продюсера в области распространения аудиовизуального контента в интернете

Язык: [английский](#)

Автор: Родриго Салинас

Краткое описание

В этом практическом примере анализируются основные изменения в законодательной структуре производства аудиовизуальной продукции, произошедшие в Бразилии в результате распространения цифрового контента, с точки зрения прав, необходимых для обеспечения эффективного распространения аудиовизуальных произведений. В документе также описаны основные проблемы, испытываемые бразильскими производителями аудиовизуальной продукции в этом контексте, и тенденции в этой области.

Производство аудиовизуального контента для цифрового распространения в Бразилии происходит в период отказа от модели финансирования, ориентированной на

самостоятельное производство, при которой финансирование было во многом основано на налоговых льготах и государственных субсидиях. В этой ситуации на рынке (которая существовала с 1993 г. по крайней мере до 2016 г.) происходил переход к модели смешанного финансирования, в рамках которой существуют независимые продюсеры, по-прежнему финансируемые за счет государственных ресурсов, но появляется все больше продюсеров, финансируемых полностью из частных источников. В этой модели частного финансирования преобладают платформы потокового вещания, производители программ кабельного телевидения и другие действующие в этом секторе экономические субъекты, которые заключают контракты с бразильскими продюсерами на производство фильмов или сериалов, создаваемых и продюсируемых на местном уровне и предназначенных для первого показа на их платформах. Это исследование практического примера основано на опыте бразильского продюсера O2 Filmes, иллюстрирующего практическое значение анализируемых вопросов.

Практический пример III: Разработка локальной OTT-платформы

Языки: [английский](#) и [испанский](#)

Автор: Рауль Катц

Краткое описание

В исследовании этого практического примера сравниваются две платформы OTT – Netflix и Claro Video, в частности, некоторые ключевые элементы, такие как цена, доступность, пользовательский интерфейс, международный и латиноамериканский контент.

Практический пример IV: Очистка прав с точки зрения одного из независимых бразильских продюсеров

Язык: [английский](#)

Автор: Родриго Салинас

Краткое описание

В исследовании этого практического примера описана практика очистки, обычно применяемая в секторе производства аудиовизуального контента в Бразилии.

Очистка — это процесс, в ходе которого продюсеры проверяют творческие и производственные материалы, чтобы выявить юридические проблемы, которые потенциально могут быть сопряжены с юридической ответственностью или помешать выпуску фильма. Эти юридические вопросы обычно связаны с использованием ранее существовавших материалов, защищенных законом об авторском праве и смежных правах, законом о промышленной собственности, или имеющих отношение к личным правам. Очистка в контексте производства аудиовизуальной продукции предполагает урегулирование юридических вопросов, способных повлиять на фильм как на конечный продукт, в том числе касающихся материалов для разработки и последовательности ряда передач правового титула. После описания процедур оформления прав предпринимается попытка обсудить вопрос о том, имеет ли эта

практика отличительные черты, связанные с аудиовизуальной продукцией, предназначенной в первую очередь для распространения на цифровых платформах, и если да, то в какой степени.

Учитывая положения в отношении секретности и конфиденциальности, содержащихся в многочисленных контрактах на производство аудиовизуальных материалов, в данном практическом примере основное внимание уделяется опыту независимых продюсеров, таких как бразильская компания O2 Filmes.

В этом практическом примере обсуждаются такие вопросы, как значение очистки прав, уже существующие права, которые обычно применяются, очистка на различных этапах производства, а также возможное влияние более широкого цифрового распространения на очистку прав. Каждый из этих вопросов обсуждается в контексте Бразилии, где действуют местные независимые продюсеры. Именно в этом контексте представлены результаты интервью с O2 Filmes, и собранные данные.

Практический пример V: Роль агрегатора в распространении видео по запросу (VoD) в Бразилии и странах Латинской Америки: опыт Sofa Digital

Язык: [английский](#)

Авторы: Бруна Тревелин и Родриго Салинас

Краткое описание

В исследовании этого практического примера анализируется роль бразильского агрегатора Sofá Digital на развивающемся рынке распространения видео по запросу («VoD») в Латинской Америке.

За последние годы VoD зарекомендовал себя как один из важных каналов распространения аудиовизуальных произведений. VoD имеет гибридный характер и включает в себя различные услуги, такие как Transactional VoD (TVoD) (оплата за каждый просмотр), которые, как представляется, пришли на смену DVD, и Subscription VoD (SVoD) (по подписке), которые могут более непосредственно конкурировать с каналами платного телевидения, как показано, например, в исследовании медиа-сервисов Over-the-top (OTT) в рамках настоящего проекта.

В силу гибридного характера VoD до сих пор нет единого мнения о месте видео по запросу в традиционной хронологии выпуска аудиовизуальных произведений (кинопрокат - VHS/DVD - платное телевидение - бесплатное эфирное телевидение). Тем не менее, спрос на услуги VoD (в разных его формах) растет, особенно в условиях пандемии Covid-19.

В контексте этого растущего рынка видео по запросу агрегаторы взяли на себя функции посредников в распространении аудиовизуальных произведений, обладая техническими, коммерческими и маркетинговыми знаниями и опытом и выступая в качестве связующего звена в отношениях между индивидуальными продюсерами и местными дистрибьюторами с одной стороны и цифровыми платформами с другой. Они стараются расширять сферу распространения аудиовизуальных произведений, максимизируя доходы от видео по запросу, не ограничиваясь рамками традиционного

проката в кинотеатрах в разных странах и применяя технические решения, подходящие для такого рода носителей.

Таким образом агрегаторы могут оказывать различные услуги, такие как

- (a) технологические услуги: оцифровка контента, кодирование, доставка, управление метаданными, локализация текста и контроль качества;
- (b) административные услуги: оптимизация административного процесса; снижение административной нагрузки на платформы и предоставление правообладателям возможности делать контент доступным на нескольких платформах VoD без необходимости договариваться с каждой из них по отдельности; консультирование и управление правами;
- (c) услуги по курированию контента: применение стратегии распространения в цифровом формате на разных платформах и в разных странах, предоставление рекомендаций в отношении редактирования и курирования, оказание клиентам помощи в интеграции нормативных ограничений в каталоги;
- (d) маркетинговые услуги: цифровой маркетинг и услуги по связям с общественностью (например, покупка рекламы в Google); консультирование по цифровым маркетинговым кампаниям (в социальных сетях); и
- (e) другие услуги: разработка платформ VoD для различных устройств; создание субтитров, текстового сопровождения, аннотаций, иллюстраций; сборка и производство и адаптация коротких клипов под модель YouTube или другие модели.

Тип услуг, предоставляемых агрегатором, зависит от его бизнес-стратегии и спроса на рынке, на котором он осуществляет свою деятельность. В этом примере объясняется, как Sofá Digital, ведущий агрегатор в Латинской Америке, реагирует на ситуацию на рынке Over-the-Top (OTT) в Бразилии и Латинской Америке в целом. В этой связи в разделе II представлены краткие сведения о Sofá Digital и основных видах ее деятельности. В разделе III представлена информация о структуре интеллектуальной собственности и основных изменениях, касающихся рынка аудиовизуального контента и распространения видео по запросу в Латинской Америке, а в разделе IV описаны проблемы, предопределившие изменения в бизнес-стратегии Sofá Digital, а также технологические решения и роль компании на рынке. В разделе V представлены выводы.

Практический пример VI: Данные в аудиовизуальном бизнесе: тенденции и возможности

Язык: [английский](#)

Автор: Летисия Андже Поцца и Ана Паола Сифуэнтес

Краткое описание

За последние годы отношение всех людей к данным изменилось. То, что начиналось в виде байтов, быстро превратилось в «новую нефть» и «самую интересную работу в 21 веке», перед тем как многие поняли, хотя и не сразу, что данные поднимают вопросы, связанные с властью, организационными активами, конфиденциальностью и отношениями между людьми.

Сегодня организации любых размеров живут в океане данных, естественным источником которых являются люди. В момент рождения дети, особенно в странах с высоким уровнем дохода, но не только в них, становятся каплями воды в этом океане: в наборах общедоступных и закрытых данных остается определенный след, изучив который можно получить информацию о них. В то же время многие организации уже в этот момент стараются предсказывать, кем эти дети станут в жизни. Хотя это звучит весьма мрачно и далеко от реальности, цифры говорят о том, что действительность — это океан больших данных, основанных на данных алгоритмов и искусственного интеллекта (ИИ).

Технологии, в которых используются данные, позволяют создавать специализированные продукты и услуги, но это также может происходить в ущерб конфиденциальности и означать получение неверной информации о миллионах людей, всего лишь из-за одного неправильного значения, встроенного в код. В этом новом мире очень трудно существовать в автономном режиме, оставаясь непредсказуемым и неотслеживаемым. Есть несколько исследований, в которых показано, как черты характера людей могут предопределять то, как они будут вести себя при взаимодействии с социальными платформами (лайки, комментарии или посты в Instagram). Эти черты характера в сочетании с алгоритмами, которые поставляют людям контент в зависимости от их социального поведения, — это то, при помощи чего социальные сети создают информационные пузыри.

Эта реальность весьма актуальна, поскольку это цифровая среда, в которой возникли и существуют сервисы Over-the-Top. За почти повсеместными алгоритмами стоят высококвалифицированные программисты и лица, принимающие решения, которые понимают, как они работают, и используют эти навыки, что мы наблюдаем на примере платформ потокового видео, на которых рекомендации основываются на предпочтениях и лайках других пользователей, смотревших похожий контент. Данные имеют решающее и стратегически важное значение как для крупных корпораций, так и для небольших компаний. Алгоритмы стали мощными инструментами, меняющими то, как и что мы потребляем, общаемся, воспринимаем и получаем доступ ко всему — от информации до товаров и услуг — и даже то, как мы относимся к самим себе.

Согласно прогнозам, к 2025 г. у нас будет больше данных, чем мы способны анализировать. По оценкам, к концу этого года только 15% данных в глобальной датасфере будут помечены, и только одна пятая часть будет фактически проанализирована. Данные, программное и аппаратное обеспечение становятся ценными товарами. Но как гарантировать, что 3% проанализированных данных актуальны для бизнеса и нашего общества?

Все технологии, появившиеся в результате четвертой промышленной революции, напрямую связаны со сбором, обработкой и анализом данных. К ним относятся такие важнейшие технологии, как мобильная связь, интернет вещей, искусственный интеллект, дополненная реальность, суперсовременная робототехника, геномика и блокчейн.

Важную роль в этой революции играют творческие отрасли. Крупные продюсерские компании теперь могут принимать свои решения, основываясь на данных. Например, тесты, которые когда-то проводились для нескольких сотен потенциальных пользователей, теперь выполняются за миллисекунды для миллионов людей, позволяя решить, что производить, а что нет. Эта технология, наряду с искусственным интеллектом и машинным обучением, позволяет создателям контента напрямую удовлетворять потребности конкретных потребителей и даже предугадывать их предпочтения и предлагать им наиболее востребованные продукты.

Практический пример VII: Онлайн-платформы Cine.ar и cine.ar.play

Язык: [испанский](#)

Автор: Густаво Шотц

Краткое описание

В этом практическом примере обобщается опыт создания двух онлайн-платформ, предназначенных для распространения аудиовизуального контента в Аргентине. В исследовании рассказывается о том, чем было обосновано создание этих платформ, и о том, какие уроки можно извлечь из опыта их создания.

[Конец приложения и документа]