

# AEDEM

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EDITORES DE MÚSICA

## LIBRO BLANCO



**AEDEM** Alcalá 70, 28009 Madrid. NIF G 28683845

**Presidenta** Teresa Alfonso. 933 681 978. [talfonso@teddysound.com](mailto:talfonso@teddysound.com)

**Secretaria** Cecilia León. 915 552 728. [cecilia.leon@joaquin-rodrigo.com](mailto:cecilia.leon@joaquin-rodrigo.com)

**Tesorero** Clifton J. Williams. 914 093 757. [clif@alabama.com.es](mailto:clif@alabama.com.es)

**Secretaría técnica** Alex Torremorell. 687 035 768. [secretaria-tecnica@aedem.es](mailto:secretaria-tecnica@aedem.es)

## Prólogo

Enumerando algunos de los muchos retos a los que debe enfrentarse el sector editor independiente nos encontramos con el siguiente panorama:

En el ámbito legislativo vivimos pendientes de que las transposiciones de las Directivas Europeas no nos dejen más desamparados de lo que nos deja nuestra actual Ley de Propiedad Intelectual. Los importantes procesos judiciales que están teniendo lugar en EEUU pueden hacer tambalear el sistema en el que se ha basado nuestro negocio durante décadas ya que, sin duda, sus efectos afectarán al modelo de negocio en Europa en esta era de globalización.

Las Entidades de Gestión encargadas de gestionar nuestros derechos, no han sabido reaccionar a tiempo a los cambios que ha comportado la digitalización del mercado y se encuentran lejos todavía de alcanzar los objetivos que les demandamos.

Los proyectos internacionales en los que la Industria está trabajando muy tímida y lentamente, y que de momento aparecen como únicas vías de solución a las nuevas fórmulas de licenciamiento “online”, nacen pensando en soluciones para la gran empresa, tratando como pequeñas a las transnacionales de considerable volumen, sin tener en cuenta, que es la muy pequeña empresa, la que descubre y desarrolla el talento que más tarde comercializarán las grandes compañías.

Las continuas adquisiciones por parte de los grandes grupos, los problemas sufridos después de tantos años de piratería, de demagogia política sobre el derecho de autor, de crisis económica y para colmo de picaresca por parte de algunos que se han aprovechado sin escrúpulos de las normas de reparto de SGAE, han llevado al sector a una situación casi límite, y me atrevo a decir que si sigue en pie es únicamente por la vocación de los profesionales que siguen al frente de sus empresas, dispuestos a resistir cueste lo que cueste.

No pretendo desanimar a nadie con este breve resumen, solo destacar que indudablemente si nuestro sector tiene algún futuro es trabajando todos unidos. Por fortuna contamos con una buena herramienta: AEDEM.

En este Libro Blanco hemos recogido un plan de actividades que creemos que debe realizar AEDEM en los próximos cinco años, para potenciar el papel de nuestro colectivo e intentar paliar en la medida de lo posible los problemas anteriormente resumidos. Esta debe ser una guía para todos aquellos que, ya sea desde la Junta Directiva, los Grupos de Trabajo o los distintos Comités, trabajen para conseguir los objetivos comunes.

Esperamos poder completar y sobre todo enriquecer esta primera versión del Libro Blanco de AEDEM con las ideas y aportaciones de cada uno de nuestros socios pues ya sabéis que para AEDEM cada socio cuenta y es protagonista indispensable para nuestro proyecto en común.

Teresa Alfonso  
Presidenta de AEDEM

## Introducción

La elaboración de un “libro blanco” de la asociación pretende, entre otras cosas, alcanzar los siguientes objetivos:

- Tener una **definición clara** de los temas que más nos conciernen como asociación.
- **Priorizar** la atención a los asuntos más urgentes o importantes.
- Alcanzar una **visión de conjunto** que permita una mayor coherencia y creación de sinergias entre las distintas actividades.
- Permitir el reparto en **comisiones o grupos de trabajo** de una forma más clara de los distintos temas.
- Facilitar la elaboración de **presupuestos, planes de acción**, etc.
- Mejorar la **comunicación** con los socios y el desarrollo de las asambleas, al presentar una “carta” de los temas en desarrollo y facilitar su seguimiento.
- Obtener una **mejor posición** ante entidades de gestión y otros organismos para cualquier negociación.
- Establecer las **directrices estratégicas** generales para el desarrollo del trabajo de la Secretaría Técnica, a la que debe servir de guía y como aclaración sobre la organización y sus prioridades.

El actual proyecto de Libro Blanco solo pretende enumerar todas estas cuestiones, dejando su desarrollo posterior para ser realizado mediante distintos instrumentos, tales como:

- Grupos de trabajo
- Tareas asignadas a la Secretaría Técnica
- Encargo y/o ejecución externa de proyectos (*externalización*)
- Calendario de desarrollo
- Breve memoria económica

## 1. Comunicación

Establecimiento de una política integral de comunicación, interna y externa, que incluya, tras un proceso de definición estratégica del posicionamiento e imagen de la asociación, los distintos instrumentos de comunicación a utilizar:

- Logo e imagen corporativa
- Web
- Boletín (*newsletter*)
- Redes sociales
- Otros elementos gráficos (catálogo, folletos, etc.)

Entre los objetivos a desarrollar se consideran los siguientes:

- a. Identificar los públicos a los que debemos dirigir nuestras acciones de comunicación, tratando de estudiar los puntos clave a considerar:
  1. Miembros de la asociación (comunicación interna)
  2. Otros editores no asociados
  3. Editores de otros países, especialmente de Europa, América Latina y del Norte
  4. Instituciones y organismos públicos
  5. Comunidad creativa (compositores, autores, músicos, artistas, productores,...)
  6. Melómanos, consumidores de música.
  7. Medios de comunicación
  8. Opinión pública en general
- b. Definir los grandes conceptos, ideas y mensajes a transmitir a través de la web, redes sociales y otras herramientas de comunicación para cada uno de los públicos.
- c. Construir la estructura de los elementos de comunicación definidos más arriba.
- d. Hacer un estudio de las fuentes de donde tomar información de interés para los asociados y el desarrollo de las actividades fijadas por la JD: boletines de otras asociaciones, sociedades de gestión, organismos públicos (Unión Europea, España, etc.), blogs, medios digitales del sector musical,...
- e. Incorporar el seguimiento analítico de los usos de la web, *newsletter*,...
- f. Realización periódica de encuestas y otros instrumentos internos de debate y opinión.
- g. Acordar una política de presencia mínima en las redes sociales: Facebook y Twitter.
- h. Estudiar la viabilidad de establecer premios a la composición musical o participar en la convocatoria de otros ya existentes o de nueva creación.

## 2. Nuevas tecnologías

Teniendo en cuenta el gran impacto que las nuevas tecnologías suponen para los actuales modelos de negocio y el nuevo papel que la edición musical debe representar en ese entorno digital, cabe pensar que ciertos retos no pueden ser afrontados individualmente por las pequeñas editoriales independientes, y que el peso específico y la acción conjunta que puede desarrollar la asociación, puede ayudar a superar más eficientemente las dificultades y riesgos.

Asimismo deben establecerse los mecanismos para conocer de dónde proceden los derechos recaudados en ese entorno y cuáles no son debidamente liquidados, así como crear las bases para aumentar los ingresos que provienen del mundo online.

Entre las acciones a llevar a cabo podemos concretar las siguientes:

- a. Constituir una especie de “Observatorio” del desarrollo de la música en soportes digitales.

El Observatorio consistirá en:

1. Presencia de miembros de la asociación en eventos, conferencias, congresos, etc. relativos al uso de las nuevas tecnologías en el sector creativo. (FICOD, Sonar +D, Zinc Shower, etc.)
  2. Búsqueda de fuentes de documentación para incorporar a la web mediante enlaces, documentos almacenados en el área de socios, etc.
  3. Mantenimiento de relaciones con personas implicadas en el desarrollo tecnológico de las industrias de contenidos (y participación de los mismos en los cursos anuales).
- b. Mantener relaciones directas con los grandes agentes de Internet (*Youtube, Apple, Spotify,...*) para recabar información y hacer un seguimiento del respeto al derecho de autor y conocer las principales magnitudes.
    1. Identificación de los responsables de cada empresa (en nuestro país o internacionales) para iniciar una interlocución de carácter permanente.
    2. Solicitud de información sobre los elementos estructurales (bases de datos, ficheros, sistemas,...) donde se introduce y conserva la información relativa al derecho de autor, para identificar mejor nuestros repertorios.
    3. Petición de información sobre los procesos y cadena de información entre sus sistemas de gestión de contenidos, usos de los mismos e información transmitida a las entidades de gestión.
  - c. Conocer los procedimientos de gestión (recaudación y reparto) de los derechos digitales a través de SGAE:

1. Descifrar las liquidaciones SGAE procedentes del *online*
  2. Distinguir entre liquidaciones procedentes de *streaming* y descarga y sus respectivos repartos
  3. Licencias digitales: paneuropeas y otro tipo de licencias
  4. Especificidades de los derechos *online* en EE.UU. y otros territorios.
  5. Análisis del pendiente de identificación *online*.
  6. Identificación de aquellos territorios en los que los repertorios AEDEM generan más derechos *online*.
- d. Estudio para el desarrollo o adquisición de software propio para uso de la propia asociación o las empresas asociadas.
1. Programas para el registro de obras mediante CWR
  2. Programas de liquidación de royalties

### 3. Cursos y divulgación del papel del editor musical

La mejora de la percepción social y del valor cultural y económico de la edición musical, su papel e importancia en las industrias creativas, y contribuir a formar nuevos profesionales con una base formativa más sólida, debe ser apoyada por la Asociación como parte de sus objetivos, al igual que la formación continua y la permanente revisión de conocimientos por parte de los asociados y otros miembros del sector.

Asimismo, divulgar entre otros profesionales (jueces, profesores universitarios, líderes de opinión, etc.) una mayor sensibilización y respeto hacia nuestros postulados debe tratarse de forma sistemática.

#### a. Organización de los cursos anuales para editores

Se establecen como el principal elemento de comunicación, cohesión interna, proyección exterior y elemento de influencia de la asociación.

Nuevas metas a tener en cuenta:

1. Aumento progresivo de participantes
2. Potenciar los cursos como elementos de debate y exposición de ideas.
3. Internacionalización de las ponencias y participantes acreditados.
4. Aumento del impacto externo (divulgación del evento en medios, envío de un *dossier* con conclusiones e imágenes de los cursos).

#### b. Asistencia y participación en los principales festivales, ferias y foros del sector

1. Identificación de las ferias-objetivo donde participar (tales como BIME, Primavera Pro, MIDEM, Musikmesse, etc.)
2. Acciones a desarrollar en cada una de ellas:
  - a. Participación en conferencias y mesas redondas
  - b. Convocatoria de encuentros con otros profesionales (especialmente internacionales): usuarios de música (*music supervisors*): agencias de publicidad, productoras de TV, cine, publicidad, videojuegos, marcas, otros editores, asociaciones sectoriales, etc.
  - c. Reparto de información para:
    - i. Conocimiento del papel del editor y mejora de su imagen
    - ii. Captación de nuevos asociados

#### c. Participación como ponentes o participantes en másteres y cursos ofrecidos por universidades.

1. Búsqueda exhaustiva (por parte de la Secretaría Técnica) de cursos de postgrado, másteres, etc. actualmente en desarrollo en las universidades sobre las profesiones de la música o el negocio musical.



2. Desarrollo de un temario a proponer a los órganos docentes correspondientes
3. Preparación del material pedagógico necesario
4. Propuesta de una lista de temas monográficos sobre edición musical (dirigidos a compositores y editores) para desarrollar en las sedes de SGAE





## 4. Marco legal

Los distintos aspectos legales y de ordenación jurídica son la base de los derechos administrados por los editores asociados y constituyen uno de los fundamentos de nuestra actividad, por lo que su permanente conocimiento, defensa de sus principios y el contraste con los marcos legislativos de otros países son imprescindibles para la propia supervivencia de nuestra profesión.

- a. Desarrollo del reglamento de la asociación que marcan los nuevos estatutos.  
El reglamento de la asociación, derivado de la nueva redacción de los Estatutos Sociales, permitirá una mayor flexibilidad organizativa y se concretará básicamente en la regulación de cuatros ámbitos:
  1. Los comités profesionales (sinfónicos y de librería)
  2. Los comités territoriales, allí donde se constituyan, para definir la relación general con la asociación. Esta cuestión se desarrolla también a través del punto 7 de este Libro Blanco (*Organización territorial*)
  3. La cuestiones electorales, para dar mayor flexibilidad a cualquier eventual reforma.
  4. El régimen sancionador
  
- b. Mantenimiento de relaciones y ejercicio como grupo de presión ante agentes sociales, partidos políticos e instituciones relativo a desarrollos legales, reglamentos...
  - Grupos objetivo: sindicatos, partidos políticos, universidad (facultades de derecho, escuela judicial, fiscalía,...), asociaciones de compositores,...
  - Objetivos:
    1. Establecer la defensa del derecho de autor y de la profesión autoral como principio básico de la actuación de la asociación.
    2. Identificar la asociación como interlocutor cualificado de referencia para cualquier actuación, desarrollo legislativo, etc.
    3. Hacer partícipes de nuestra comunicación a todos los colectivos implicados (*newsletter*, convocatorias,...)
    4. Redactar un protocolo de intercambio de comunicación
    5. Establecer un mínimo de encuentros anuales (uno al año)
    6. Proponer la realización de cursos *ad hoc* sobre derecho de autor
  
- c. Estudio de Borradores Legales para defender las posiciones de los editores independientes de música. Marco legal nacional
  - Acciones a realizar:
    1. Hacer seguimiento de todos aquellos mercados regulados que puedan afectar al negocio editorial.
    2. Fijar un posicionamiento favorable a los intereses de los editores independientes y de los autores a los que representa.

3. Desarrollar una estrategia que defina una política de defensa de sus planteamientos para que sean acogidos en las diferentes normativas.
  - Principales líneas de actuación:
    1. Las relativas a la reforma de la Ley de Propiedad Intelectual
    2. Las relativas a la regulación del contrato editorial
    3. Las relativas a la regulación de la gestión colectiva
- d. Investigar y analizar aquellas áreas que afectan o podrían afectar también a la actividad editorial como por ejemplo:
  - Relativo a la fiscalidad
    1. Una normativa fiscal que promueva la promoción de la actividad editorial.
    2. Deducciones fiscales por inversión en edición musical
  - Una normativa favorable a la edición independiente relativa a:
    1. Ley General Audiovisual
    2. Cuota de música española en la regulación de las orquestas públicas
  - Regulación de ayudas a la edición a través de una Ley de la Música de carácter nacional o autonómico.
- e. Emisión de comunicados en los casos en los que se ponga en entredicho la actuación de los editores de música

Si bien esta tarea está relacionada con el punto 1 del Libro Blanco (*Comunicación*), los contenidos a comunicar que tengan un origen legal o componente jurídico deben contar con el adecuado asesoramiento externo antes de ser emitidos, para lo cual debería establecerse un protocolo de actuación, que incluya:

- Recepción y centralización de resoluciones, noticias, comunicados, etc. en la Secretaría Técnica.
  - Evaluación de la necesidad de dar respuesta y, en su caso, si ésta debe corresponder a una entidad particular, debe ser a nivel de asociación, colectiva,... de carácter público, privado,... etc.
  - En su caso, petición de asesoramiento jurídico externo.
  - Publicación, por el cauce y modo acordado, respondiendo activamente ante cualquier consulta, petición de aclaración, protesta u oposición recibida con posterioridad.
- f. Observación y participación en el desarrollo legislativo en la UE y otros países referente a los derechos de autor. Marco legal internacional.

## A. Unión Europea: Impulso del Mercado Único Digital

AEDEM debe participar de forma muy activa en todas las consultas que se realizan desde la UE confirmando o promoviendo activamente las posiciones que se efectúan desde ICMP.

1. Eliminar las restricciones territoriales (*geo-bloqueo*) y favorecer la portabilidad.
2. Modernización de las leyes de copyright.
3. Incremento del acceso legal a contenidos
4. Lucha contra la piratería.
5. Facilitar el comercio transfronterizo armonizando las normas de contratación.
6. Análisis del papel de las plataformas online.
7. Simplificar el IVA.
8. Revisiones legislativas previstas para la consecución del Mercado Único Digital

En la regulación comunitaria se establece la responsabilidad del editor de asegurar una explotación continua y una difusión comercial medida “conforme a los usos habituales en el sector profesional de la edición”.

Esta norma es común a otros ordenamientos jurídicos como el francés y, a fin de dar seguridad al colectivo, las asociaciones editoriales han publicado una guía de prácticas del sector que pueden servir de pauta al editor para defender que su actuación está en línea con las seguidas en la profesión y lograr una posición robusta ante una reclamación.

AEDEM podría asumir la tarea de recopilar y publicar esa guía que sería de gran ayuda para sus miembros.

- B. Tratados internacionales de la OMPI (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual)
- De próxima transposición a la legislación española
    - a. Tratado OMPI de Beijing para la protección de artistas y productores audiovisuales, incluyendo internet. Conllevará una elevación de precios.
    - b. Tratado OMPI de Marrakech para facilitar el acceso a obras a personas con discapacidad.
  - En fase de negociación
    - a. Negociación del Tratado OMPI de radiodifusión.
    - b. Negociación del Tratado OMPI sobre límites y excepciones.
- C. Tratado de Libre Comercio UE-EE.UU. (TTIP)

La posición de la UE en el TTIP en materia de derechos de propiedad intelectual, incluye:

1. Cumplimiento de los Tratados Internacionales de P.I.
2. En materia de *copyright*, los tres principales temas que quiere abordar la UE son:
  - a. Derechos de remuneración para la radiodifusión y la comunicación pública de artistas y productores de fonogramas.
  - b. Un derecho completo de comunicación pública para los autores en bares, restaurantes y comercios.
  - c. Un derecho de reventa para los creadores de obras de arte originales

## 5. Relaciones institucionales

Formar parte relevante del entorno asociativo en el ámbito de las industrias de la música se convierte en una necesidad ante la cada vez mayor interrelación entre las distintas facetas de los modelos de negocio y por la globalización de éstos y otros factores (cambios culturales, nuevos actores tecnológicos dominantes en el comercio musical, regulación paneuropea y transnacional, etc.)

- a. Participación en las distintas asociaciones y organismos internacionales (ICMP, Forum, etc.)
  - ICMP  
La afiliación a ICMP se debe mantener siempre que los objetivos de la misma sigan siendo la defensa de los intereses de todo el sector y ésta mantenga un equilibrio en sus órganos de gobierno que asegure que los independientes gozan del respeto y del interés por resolver los problemas de los editores independientes.
  - IMPF  
Debe animarse a los socios AEDEM a afiliarse a dicha asociación mientras esta sea la que lidere el camino de los editores independientes a nivel mundial.  
IMPF es un *Think Tank* que nos permite conocer cuáles han de ser los objetivos a conseguir por el sector independiente.  
En estos momentos los objetivos de IMPF son:
    1. Ampliar el mercado digital.
    2. Incrementar el valor de los derechos editoriales en el entorno digital.
    3. Velar para que no se generen discriminaciones en el valor del copyright dependiendo del editor con que firmen los autores.Es importante tener presencia en los órganos de gobiernos del Fórum para asegurar una representación equilibrada territorialmente (EEUU, Europa Continental norte, Europa Continental sur, U.K.)
  - CISAC  
Es importante establecer contacto con este organismo que agrupa a todas las entidades de gestión ya que actúa como paraguas protector de las Asociaciones de Autores y debemos conseguir que ejerza el mismo papel respecto de las Asociaciones de Editoriales Independientes como la nuestra.
- b. Mantenimiento de relaciones y observación de otras asociaciones nacionales del negocio de la música.
  1. Elaboración de un estudio interno de la relación del editor con otras profesiones de la música, investigando posibles interacciones con dichos colectivos (promotores, representantes, discográficas, músicos,...)

2. Propuestas de encuentros con las asociaciones para la defensa de intereses en común o prevención/resolución de conflictos.
  3. Estudio de la participación en aquellos estamentos del negocio de la música establecidos (*Sounds from Spain*, Unión de Asociaciones Empresariales de la Industria Cultural Española...).
- c. Coordinación de actividades con otras asociaciones de editores con afinidad cultural o geográfica (especialmente europeas o latinoamericanas).

Es importante establecer contacto formal con todas las Asociaciones de Editores de los países de nuestro entorno y con las más importantes del mundo a fin de intercambiar información e ideas de cómo resolver los problemas comunes.

1. Establecimiento de prioridades por países, atendiendo a una encuesta entre los socios
  2. Estrechar relaciones especialmente con las asociaciones y entidades integradas en ARMONIA (España, Francia, Italia,...)
  3. Elaboración de un texto/memorando básico para proponer acciones conjuntas con el fin de defender conjuntamente en órganos internacionales (UE, OMPI,...)
  4. Propuestas de encuentros internacionales a puerta cerrada en las ferias del sector (Midem,...)
  5. Invitación de miembros de otras asociaciones como participantes en mesas redondas en los cursos o para la exposición del estado actual del derecho de autor en sus mercados.
  6. Contribuir a la creación de un lobby a nivel europeo referente a la legislación sobre propiedad intelectual.
  7. Coordinar algunos proyectos con otras asociaciones con las que tengamos afinidades especialmente en el ámbito europeo y latinoamericano.
- d. De forma general o, para casos específicos, a través de los distintos comités como el de sinfónicos o de música de librería, debe impulsarse la firma de convenios con otras entidades que representen determinados colectivos con los que ampliar los usos del repertorio, ventas o alquileres de materiales, etc. Precedentes como el convenio firmado con la AEOS (Asociación Española de Orquestas Sinfónicas), o la posibilidad de firmarlo con COMUSICA (Asociación de Comerciantes de Música), pueden servir de guía para la expansión de las actividades de los asociados



## 6. Relaciones con Entidades de Gestión

Como editores independientes reconocemos la necesidad de la existencia de las entidades de gestión (y, en particular, de la SGAE), para el desarrollo de nuestras tareas en defensa de los intereses de nuestros autores y sus obras, así como nuestra voluntad de cooperación con ellas para hacerlas lo más eficaces y eficientes posible con el fin de alcanzar los objetivos que ambas partes compartimos.

### – SGAE

Deberán establecerse las conexiones necesarias para que haya una relación cordial de colaboración, salvaguardando nuestro perfil como editores independientes y, por tanto, defensores de una relación próxima y colaborativa con los autores y con los demás participantes en la cadena del negocio musical.

Esta relación se centrará en las siguientes líneas:

1. Mejorar las herramientas *online* que faciliten:
  - a. La declaración de obras
  - b. Gestión de reclamaciones
  - c. Notificación de conciertos y seguimiento de la recaudación por venta de entradas
  - d. Rescate del pendiente de identificación
2. Reuniones periódicas con los distintos departamentos de la SGAE con el fin de optimizar los procesos.
3. Colaborar en la difusión de las resoluciones tomadas por el Consejo de Dirección (CD) y la Junta Directiva (JD) con absoluto respeto a lo establecido en el reglamento en materia de confidencialidad.
4. Control y vigilancia de las labores de recaudación y reparto propias de la SGAE, sirviendo de cauce a las inquietudes y dudas transmitidas por los asociados.  
En especial:
  - a. Ejercer la máxima presión y prestar la mayor colaboración posible para afrontar los temas derivados del desarrollo digital.
  - b. Recibir información sobre el estado de la recaudación en el ámbito internacional, licencias paneuropeas, etc.
  - c. Control de incidencias y casos atípicos: aparición de nuevos modelos de financiación y negocio (*crowdfunding*, usos en páginas web, *apps*,...), umbrales de recaudación y reparto.

La asociación debería desarrollar un procedimiento para recibir cualquier consulta, queja o propuesta de los asociados para exponer en cada reunión con

la dirección de SGAE, así como comunicar posteriormente las conclusiones alcanzadas en las mismas

– CEDRO

La relación con CEDRO se establece a través de dos vías principales:

1. Mediante la participación de AEDEM en la “Comisión de Música Impresa”, donde cuenta con una posición mayoritaria, mediante la representación en el grupo de 3 miembros (sobre un total de 4). A través de este grupo se realiza el seguimiento de los siguientes temas:

a. Establecimiento de la regulación de las distintas licencias concedidas, como las relativas a las fotocopias de libros y partituras (para distintos colectivos, como escuelas de música y conservatorios, bandas de música, coros, etc.).

b. Seguimiento de los sistemas de reparto, a través de la información identificada por el ISBN e ISMN.

Respecto al ISMN deberá estudiarse la posibilidad de que AEDEM, de forma directa o indirecta, pueda constituirse en el gestor local de este identificador, mejorando así la relación con CEDRO en su papel de gestión de los derechos generados.

c. Lucha contra la piratería reprográfica:

i. Respecto a las fotocopias sin licencia

ii. Respecto a los materiales escaneados y puestos a disposición en la red. La gestión de los derechos digitales no están cedidos a CEDRO, pero cabe establecer una cooperación para regular el uso legal de este material.

2. A través del *status* de “Entidad colaboradora”, por el que se perciben ayudas directas a la asociación para el desarrollo de sus actividades formativas y de atención al socio.

Una eventual mejora en la legislación sobre los derechos de Copia Privada, produciría un efecto importante en estos ingresos.



## 7. Organización territorial

La realidad social, política, cultural y administrativa de nuestro país hacen necesaria la estructuración y capacidad de toma de decisiones en diferentes niveles de representación territorial con el fin de atender más eficientemente los distintos marcos institucionales y sociales en los que se desarrollan nuestras empresas, siempre preservando el carácter y posición común ante el progreso legislativo, profesional y de mercado.

Para ello, cabe desarrollar, a través del Reglamento de la Asociación, una serie de mecanismos que permitan conseguir simultáneamente la representación y actuación a nivel autonómico o local, pero siempre asegurando la coordinación de las distintas acciones, tales como:

- a. Organización territorial de la asociación de modo que los socios pertenecientes a una determinada comunidad autónoma puedan organizarse para definir objetivos a nivel territorial y puedan trabajar en:
  1. Proyectos a escala territorial.
  2. Relación y representatividad en instituciones autonómicas (o locales)
  3. Interlocución ante otros entes de escala autonómica (radios, televisiones, asociaciones culturales, etc.)
  4. Obtención de ayudas y subvenciones.
  5. Participación en eventos y materiales de divulgación de empresas o repertorio con las administraciones locales y autonómicas.

Todo ello se vehiculará a través de comités o grupos de trabajo en aquellos territorios donde hubiera un mínimo de socios que solicitaran su constitución, determinando también el tipo de relación a establecer con la Junta Directiva.

- b. Representación ante los Consejos Territoriales de SGAE  
Objetivo AEDEM: obtener representación en cada Consejo Territorial a fin de asegurarse de que los socios AEDEM están bien representados también en los territorios.
- c. Establecimiento de una comisión de coordinación de los representantes territoriales a fin de intercambiar ideas y proyectos, optimizando el esfuerzo realizado por el resto de compañeros.
- d. Establecimiento de mecanismos para la divulgación de contenido local al resto de comunidades autónomas, mediante actos de divulgación, conciertos, exposiciones, homenajes, etc.
- e. Relación con los partidos políticos y otras instituciones a nivel estatal y autonómico