

## ÍNDICE GENERAL

PRÓLOGO .....	xi
RESUMEN .....	xiii

### UNA VISIÓN PRELIMINAR DE LA ECONOMÍA NARANJA Y SU RELACIÓN CON EL DERECHO DE AUTOR

*Por: Germán Darío Flórez Acero  
Diana Carolina Pérez Arango*

INTRODUCCIÓN.....	1
1. LA ECONOMÍA NARANJA COMO UNA ECONOMÍA CREATIVA .....	2
1.1. Relación entre la creatividad y la economía .....	3
2. DEFINICIÓN DE LA ECONOMÍA CREATIVA.....	4
2.1. Industria creativa .....	5
2.2. Sectores creativos .....	6
3. IMPACTO DE LA ECONOMÍA CREATIVA (BENEFICIOS).....	7
4. LA ECONOMÍA NARANJA Y LA PROPIEDAD INTELECTUAL .....	8
5. LEY 1834 DE 2017 .....	8
5.1. Estrategias de gestión (las 7i) .....	10
5.2. Promoción y beneficios .....	11
6. ETAPAS DE FORTALECIMIENTO DE LA ECONOMÍA NARANJA Y SU RELACIÓN CON EL DERECHO DE AUTOR.....	12
6.1. Creación del activo intangible.....	13
6.2. Proceso de producción.....	16
6.3. Proceso de distribución de contenidos.....	18
6.4. Circulación y mercados .....	20
CONCLUSIONES.....	21
BIBLIOGRAFÍA .....	21

## LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL Y LAS NUEVAS PLATAFORMAS DE DISTRIBUCIÓN DIGITAL

*Por: Germán Darío Flórez Acero  
Manuela Moncaleano Ferreira*

INTRODUCCIÓN.....	27
1. REGULACIÓN DEL DERECHO DE AUTOR EN LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL .....	30
2. LICENCIAS DE USO Y LICENCIAS DE DISTRIBUCIÓN DE LOS OPERADORES DIGITALES .....	36
2.1. Caso Netflix.....	37
2.2. Caso Disney .....	38
2.3. Caso Amazon .....	39
3. CONTEXTO DE LOS CASOS RESPECTO DE LA ECONOMÍA NARANJA; PERSPECTIVAS DE LA INDUSTRIA DE LA WEB .....	40
CONCLUSIONES.....	41
BIBLIOGRAFÍA .....	41

## INDEMNIZACIONES PREESTABLECIDAS, MEDIDAS TECNOLÓGICAS DE PROTECCIÓN E INFORMACIÓN DE GESTIÓN DE DERECHO DE AUTOR: LA AMPLIACIÓN DEL CONCEPTO DE DAÑO

*Por: Marcela Palacio Puerta*

INTRODUCCIÓN.....	45
1. LAS INDEMNIZACIONES PREESTABLECIDAS.....	46
1.1. Indemnizaciones preestablecidas en Estados Unidos .....	46
1.2. Indemnizaciones preestablecidas en derecho de autor en Colombia.....	48
2. EL ACTUAL CONCEPTO DE DAÑO EN DERECHO DE AUTOR Y DERECHOS CONEXOS .....	50
3. LAS INDEMNIZACIONES PREESTABLECIDAS PARA LAS MEDIDAS TECNOLÓGICAS DE PROTECCIÓN: LA AMPLIACIÓN DEL CONCEPTO DE DAÑO .....	55
3.1. Las MTP y los IGD y su protección .....	56
3.2. Ampliación del concepto de daño en derecho de autor y derechos conexos.....	60
4. RECOMENDACIONES PARA EL PROCESO DE REGLAMENTACIÓN .....	64
CONCLUSIÓN.....	65
BIBLIOGRAFÍA .....	65

MARCAS DE COLOR: ANÁLISIS SUSTANTIVO  
Y CASUÍSTICO SOBRE LOS REQUISITOS  
PARA SU PROTECCIÓN EN EL DERECHO COMPARADO  
Y SUS EFECTOS EN EL DERECHO DE LA COMPETENCIA

*Por: Emilio García R.  
Luis Ángel Madrid*

INTRODUCCIÓN.....	69
1. CONSIDERACIONES PREVIAS .....	71
1.1. Problemas asociados a la protección de un color como marca .....	71
1.2. Diferencias entre marca de color y marca figurativa con reivindicación de color .....	71
2. PRESUPUESTOS LEGALES DE PROTECCIÓN DE LA MARCA DE COLOR EN LA DECISIÓN ANDINA 486 DE 2000 .....	72
3. ESTUDIO DE CASOS DECIDIDOS POR LA SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO DE COLOMBIA.....	75
4. REVISIÓN CASUÍSTICA EN LOS ESTADOS UNIDOS.....	80
5. PERSPECTIVA EUROPEA .....	84
5.1. La aptitud distintiva.....	86
5.2. La representación gráfica .....	90
5.3. La incorporación al análisis de consideraciones de competencia.....	91
CONCLUSIONES.....	92
BIBLIOGRAFÍA .....	93

PROTECCIÓN MARCARIA EN EL SISTEMA  
JURÍDICO COLOMBIANO

*Por: Germán Darío Flórez Acero  
Julián Camilo Paca*

INTRODUCCIÓN.....	97
1. MARCAS.....	97
1.1. Generalidades de la marca .....	98
1.1.1. El concepto jurídico de la marca .....	98
1.1.2. Características y funciones de la marca .....	100
1.1.3. Principios que orientan el derecho marcario.....	101
1.1.4. Clasificación de las marcas.....	101

1.2. Adquisición del derecho marcario .....	103
1.2.1. Antecedentes marcarios .....	103
1.2.2. Solicitud .....	103
1.2.3. Oposiciones .....	104
1.2.4. Examen de fondo .....	104
1.3. Vicisitudes en el registro marcario.....	104
1.4. Derechos y limitaciones conferidos por el registro marcario .....	105
1.5. Limitaciones a terceros para el uso de la marca .....	106
1.5.1. Actos que no están prohibidos a terceros .....	107
1.6. Extinción del derecho marcario .....	107
1.6.1. Vigencia.....	107
1.6.2. Cancelación del registro.....	107
1.6.3. Renuncia .....	108
1.6.4. Nulidad del registro.....	108
CONCLUSIONES.....	108
BIBLIOGRAFÍA .....	109