

The background of the entire image is a deep red color with a complex, wavy, and textured pattern that resembles sand dunes or ripples in water. The lines are vertical and undulating, creating a sense of depth and movement. The lighting is slightly darker in the valleys of the waves, giving it a three-dimensional appearance.

ECIJA

Predicciones
Tech 2023

Inteligencia Artificial:

Una de las tendencias con mayor impacto en el mundo digital para el próximo año será, sin lugar a dudas, la inteligencia artificial (IA), entendida como cualquier sistema desarrollado a través de estrategias de aprendizaje automático y estrategias basadas en la lógica y el conocimiento. En este sentido, desde Europa se viene trabajando de manera ardua en la aprobación del Reglamento Europeo de inteligencia artificial, que tiene como principal objetivo el **establecimiento de un marco normativo regulador de los casos de uso planteados por esta tecnología.**

La nueva regulación europea abogará por un enfoque ético y antropocéntrico de esta tecnología, garantizando que las soluciones de IA utilizadas en la Unión Europea sean éticas y respeten la privacidad y los valores europeos fundamentales. Así, **se prohibirán los sistemas que se consideren una amenaza** para la seguridad de las personas y los derechos individuales tales como los sistemas de IA utilizados para la puntuación social o la manipulación del comportamiento humano. Por su parte, los sistemas de alto riesgo (por ejemplo, los utilizados en la educación, los recursos humanos, la aplicación de la ley, la migración, el asilo, etc.) deberán cumplir criterios estrictos antes de que puedan comercializarse en la UE. Los de riesgo limitado (por ejemplo, los chatbots) estarán permitidos siempre y cuando los usuarios sean conscientes de que interactúan con una IA. Por último, las soluciones con riesgo mínimo, que suponen por otra parte la gran mayoría de los sistemas de IA, estarán permitidas y disponibles como antes.

En el ámbito nacional, observamos también

importantes movimientos en el campo de la Inteligencia Artificial. No en vano, España será el primer país de la Unión Europea que tendrá una agencia de Inteligencia Artificial, anteponiéndose a la futura entrada en vigor del reglamento europeo que establece la necesidad de que todos los estados cuenten con una autoridad supervisora de esta materia. La sede elegida para la Agencia Española de Supervisión de Inteligencia Artificial (AESIA) será La Coruña.

Impacto en materia de privacidad:

La “consumerización” de la tecnología, y la cada vez mayor capacidad de explotación de los datos a través de diversas aplicaciones de la misma, están generando el desarrollo de diversos productos y servicios, que llevan aparejado un alto impacto en la privacidad de los usuarios. Cada día son más las normativas que ponen foco en la protección de la privacidad, más allá del RGPD, la LOPDGDD, o normas específicas como la de tratamiento de datos personales por las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado. Además, normas sectoriales como regulación financiera / aseguradoras, regulación sanitaria, etc., y aquella enfocada a la regulación propia de la tecnología y la innovación tecnológica (DSA, DMA, IA, etc.) ponen foco en los aspectos más críticos relacionados con la protección de la privacidad e intimidad de los usuarios.

Así en 2023, **la privacidad seguirá siendo un aspecto esencial** dentro de la protección de los derechos e intereses de los usuarios cuando usan la tecnología y, por ello,

deberán implantarse, en mayor medida, los denominados procesos de “privacy by design”, que permitan que las funcionalidades y aplicaciones que conllevan el desarrollo de la tecnología y la explotación de los datos, no solo protejan la privacidad e intimidad de los usuarios (derecho fundamental), sino que aporten nuevas soluciones que permitan la mejora de ámbitos tan importantes como por ejemplo, el de la salud, con herramientas que permitan un mejor seguimiento, la mejora de diagnósticos, de la investigación médica, y por supuesto, la mejora de los tratamientos llevados a cabo.

Pero esos procesos “**privacy by design**”, deberán también normalizarse en el desarrollo de sectores como el retail, donde el conocimiento del usuario derivado de su seguimiento, el conocimiento de sus gustos, intereses, aficiones, etc. permitirá el desarrollo de productos y servicios más ajustados e interesantes para el consumidor, aumentando la capacidad de promocionar, comunicar y dirigir los productos desarrollados al público objetivo concreto.

No debemos olvidar tampoco en este 2023 que la falta de cumplimiento de la normativa de protección de datos y materias relacionadas no sólo supone para las entidades riesgos económicos derivados del incumplimiento (cada día son más elevadas las sanciones económicas impuestas por los organismos de control en la materia en toda Europa), sino que existe un riesgo aún mayor relacionado con la falta de confianza de los usuarios, los daños en la imagen y reputación corporativa, etc.

Privacidad – Tendencias sancionadoras en España:

Desde el año 2020 la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), como otras autoridades competentes de Europa, ha intensificado tanto las investigaciones de oficios sectoriales como el inicio de procedimientos sancionadores con importantes sanciones económicas asociadas.

De esta forma, podemos destacar como tendencias claras las sanciones asociadas a:

-
- a) Procedimientos relativos a **suplantaciones de identidad** en procesos de contratación de servicios de operadores de telecomunicaciones y comercializadoras energéticas.
-
- b) Procedimientos relativos a suplantaciones de identidad en procesos de obtención de duplicados de **tarjetas SIM** (SIM Swaping).
-
- c) Procedimientos relacionados con el deber de **diligencia debida** en el cumplimiento normativo por parte de los encargados de tratamiento durante el cumplimiento de los contratos, con especial atención a aquellos casos en los que los servicios consisten en acciones de marketing directo y comercial.
-
- d) Procedimientos relacionados con la **transparencia** y el deber de **información**.
-

Con todo ello, la tendencia en el año 2023 es clara, y con seguridad se intensificarán las acciones sancionadoras por parte de la AEPD, previsiblemente aumentándose las cuantías sancionadoras y centrándose en aspectos como la suplantación de identidad en los sectores de las telecomunicaciones y la energía, así como en los incumplimientos asociados al deber de diligencia debida (accountability) en relación con los servicios prestados por parte de los encargados de Tratamiento.

5G e Internet of Things:

Una de las principales tendencias en materia de telecomunicaciones a tener en cuenta en 2023 es el impacto del 5G y su capacidad para ofrecer nuevos servicios. La tecnología 5G es, junto con otras tecnologías disruptivas como el internet de las cosas (IoT), o la inteligencia artificial, uno de los factores claves para la digitalización. Las redes inteligentes van a adquirir un papel fundamental y surge como elemento clave la **hiperconectividad** que aporta el 5G.

Esta tecnología impactará de forma positiva en aspectos como la mejora de la competitividad y la eficiencia en el uso de los recursos productivos, o en términos de una mayor calidad o prestaciones de los productos o servicios que se generan en distintos sectores económicos. Para ello, y en el marco de la estrategia "España Digital 2026", se debía facilitar al mercado las bandas de frecuencias necesarias para el despliegue de la tecnología 5G. Desde la Unión Europea (Grupo de Política del Espectro Radioeléctrico) se identificaron las bandas prioritarias (700 MHz, 3,4-3,8 GHz, y 26 GHz) para los primeros despliegues del 5G en Europa y España estaba pendiente de

licitar la banda de 26 GHz. En los próximos años España deberá trabajar en un marco regulatorio y administrativo dinamizador de la tecnología 5G.

Ya se han dado los nuevos pasos para que el 2023 sea un año crucial y el Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital (previo informe positivo de la CNMC) publicó en el BOE del pasado 5 de noviembre de 2022 el pliego de la subasta de las frecuencias del 5G, y se divide en 50 concesiones de 200 MHz cada una, algo que ayudará a que muchos operadores de comunicaciones electrónicas pueda acudir a la subasta. Igualmente, se establece una reserva de espectro para que los no operadores puedan establecer una red 5G privada para sus necesidades internas, algo que se antoja como un punto dinamizador en el mercado.

El aumento de la velocidad que trae consigo la implantación del 5G potenciará el mercado del uso del IoT. Solo en España se prevé que existan más de 350 millones de dispositivos conectados en 2023, lo que provocará nuevos servicios y operadores que deberán estar inscritos ante la CNMC, así como cumplir con las obligaciones existentes.

Legaltech:

Las herramientas legaltech han ido progresivamente ganando espacio en la industria legal en España en los últimos tiempos y 2023 parece el año de su **consolidación efectiva**.

Lo que hace un par de años era algo completamente desconocido para la mayoría, o como mucho se consideraba como un mero "hype", ya durante el 2022 se daban a conocer casos reales de éxito a

raíz de la adopción de tecnología legal por parte de los despachos de abogados y asesorías jurídicas de empresa. A medida que estos primeros casos se han dado a conocer, más evidente resulta el inmenso valor que puede llegar a aportar la tecnología al sector legal. A raíz de lo anterior, todo apunta a que el año 2023 será un año en donde se generalice la adopción por parte de la industria legal de cierto tipo de herramientas tecnológicas.

La dinámica del mercado apunta a que lo anterior suceda con herramientas de automatización documental, gestión del ciclo de vida de contratos (conocidas también como "**Contract Lifecycle Management**") y aquellas que se encargan de la gestión de asuntos legales internos o ticketing.

Asimismo, se espera que tanto despachos de abogados como asesorías jurídicas de empresa incorporen en sus equipos profesionales no necesariamente jurídicos, sino técnicos y de gestión) destinados específicamente a asesorar en materia de innovación, legaltech y operaciones legales.

Ciberseguridad. Nuevas normativas europeas y marcos de identificación:

Europa continúa su compromiso con la digitalización establecido en la "Declaración Europea sobre los Derechos y Principios Digitales para la Década Digital" y en el "Itinerario hacia la Década Digital" para 2030, que establecen las metas digitales concretas basadas en cuatro puntos cardinales: capacidades digitales, infraestructuras digitales, digitalización de las empresas y digitalización de los servicios públicos. La ciberseguridad es un

componente clave para alcanzar los cuatro objetivos.

Europa acaba de aprobar la **Directiva NIS 2**, que amplía los sectores de actividad que deben cumplir con requisitos de ciberseguridad, y que incide en una mayor y mejor coordinación en la notificación de incidentes de seguridad a nivel europeo que ayuden a compartir conocimientos entre los estados miembros sobre nuevas ciberamenazas. Los estados miembros tienen 24 meses para transponer esta Directiva a normativa estatal, que lógicamente supondrá una nueva batería de obligaciones para los sujetos obligados.

Otra de las normativas recientes que va a suponer un esfuerzo para los fabricantes, especialmente de hardware y de dispositivos conectados, es la propuesta de Reglamento sobre los requisitos de ciberseguridad de los productos con elementos digitales, que apuesta por que estos dispositivos sean seguros cuando son puestos a disposición de los consumidores.

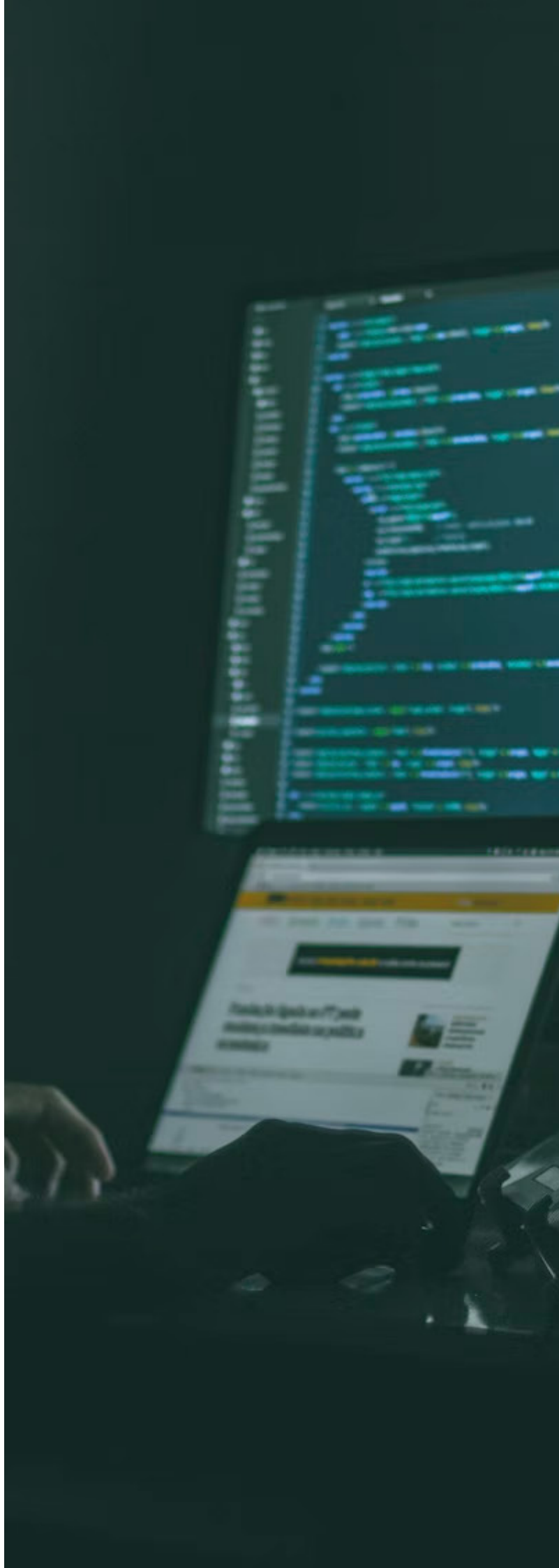
Adicionalmente en el campo de la inteligencia artificial, el **Reglamento Europeo de inteligencia artificial** también establece requisitos de ciberseguridad en el producto final, especialmente en los sistemas de IA de alto riesgo. Las medidas de seguridad de estos sistemas deberán ser seleccionadas en función al riesgo. En este sentido el Reglamento establece que se presume que las medidas son adecuadas, si el producto se certifica en el marco normativo de certificación establecido por ENISA (la Agencia Europea de Ciberseguridad), marco que en los próximos años tendrá una gran importancia en la certificación de productos y servicios, no solo en el ámbito

de la Inteligencia Artificial, sino para cualquier sistema de información.

Europa también continuará con el desarrollo normativo en 2023, donde se esperan dos normas importantes: La “**European Chip Act**” centrada en la seguridad de los elementos semiconductores, y en que la cadena de suministro de estos elementos sea ciber resiliente, y por otro la modificación de la Directiva sobre seguridad de las redes electrónicas, que tiene por objeto ayudar a garantizar que los dispositivos conectados cumplan unos requisitos básicos de ciberseguridad en toda la UE.

A nivel sectorial, y en concreto en el caso de las entidades financieras, la implementación de las medidas de ciberseguridad establecidas en el recientemente aprobado Reglamento sobre la resiliencia operativa digital del sector financiero (DORA) van a marcar el año 2023, no solo en las propias entidades financieras, que son los sujetos obligados directos, sino también en sus subcontratistas cuando se subcontraten servicios que impliquen la utilización de sistemas de información.

En el ámbito nacional, 2023 va a estar marcado por la implementación y certificación por parte de las administraciones públicas y sus proveedores de la actualización del nuevo **Esquema Nacional de Seguridad** aprobado en 2022, actualización que supone la creación de un paquete de actuaciones urgentes, acordado por el Gobierno, para reforzar de manera inmediata las capacidades de defensa frente a las ciberamenazas del sector público y de las entidades privadas que colaboren con este en la prestación de servicios o en el suministro de tecnología.



Plataformas online y mercados digitales – DSA:

El pasado 5 de julio, el Parlamento Europeo aprobó la propuesta de Reglamento europeo relativo a un mercado único de servicios digitales, también denominado **Ley de Servicios Digitales** ("DSA").

Esta norma, junto con la DMA (o **Ley de Mercados Digitales**), pretende establecer las reglas que regirán el mercado único digital europeo del futuro con el fin de proteger los derechos fundamentales de los usuarios y destinatarios de los servicios digitales, mediante la imposición de una serie de obligaciones a cargo de los prestadores de servicios intermediarios con las que se logre un entorno digital más seguro y de confianza, en el que los usuarios tengan una mayor protección frente a los contenidos ilícitos.

Esta es la primera actualización del marco jurídico que regula los mercados digitales desde el año 2000, cuando la mayoría de las grandes compañías tecnológicas como Meta, Google, Amazon o Apple apenas existían.

Uno de los problemas más relevantes que esta norma pretende erradicar es el de las campañas de desinformación para las que las redes sociales y las plataformas sirven como amplificadores y altavoces. Por ello, una de las medidas claves de esta norma es la obligación a esas plataformas a incluir mecanismos que permitan eliminar los contenidos ilegales imponiendo multas elevadas que podrían alcanzar hasta el 6% de la facturación anual de la empresa que incumpla sus disposiciones.

La DSA también busca proteger a los usuarios mediante la obligación de las plataformas a ser transparentes en cuanto al funcionamiento de sus algoritmos o la obligación de informar sin dilación al destinatario afectado cuando el prestador tome alguna decisión de restricción sobre los contenidos de su servicio, restricción de determinados contenidos, suspensión de cuentas), siempre que conozca sus datos de contacto, explicando los motivos que han llevado a dicha decisión y los medios empleados, así como indicando las posibilidades de recurso.

La nueva norma también exige a las plataformas y prestadores de servicios de intermediación **ser más transparentes** en relación con la publicidad muestran o que es publicada por sus usuarios, incluyendo la naturaleza publicitaria del contenido, la persona (física o jurídica) en cuyo nombre se presenta y la que ha pagado por el anuncio (p.ej., agencia o intermediario), así como los parámetros empleados para determinar su público objetivo. Se prohíben, en definitiva, los "patrones oscuros" y la publicidad deberá ser clara e inequívocamente identificable como tal. En el caso de usuarios menores de edad, la plataforma no podrá dirigirles contenido publicitario basado en la elaboración de perfiles siempre que tenga conocimiento razonable de dicha circunstancia.

Son muchas las nuevas obligaciones que impone la DSA a los prestadores de servicios de intermediación. Las disposiciones de la DSA, que ya ha entrado en vigor, se aplicarán a partir de enero de 2024 (si bien algunas obligaciones serán de aplicación en fecha anterior), de forma que estos meses son clave para la adaptación de las compañías a las obligaciones que esta nueva norma impone.

Identidad electrónica – Wallets ID:

En junio de 2021 la CE propugnó la reforma del actual Reglamento eIDAS UE nº 910/2014 sobre la identificación electrónica y los servicios de confianza para las transacciones electrónicas en el mercado interior con el objetivo de mejorar su eficacia y promover unas identidades digitales de confianza y seguras para todos los europeos (ciudadanos, residentes y empresas), conocida como **EIDAS 2**.

Dicha propuesta de modificación del Reglamento EIDAS centra su texto, en otras cuestiones, en regular y promover las soluciones de identidad digital fiables y seguras que se puedan utilizar a través de las fronteras de la UE, proporcionando a los ciudadanos pleno control sobre sus datos personales y garantizando su seguridad cuando utilice soluciones de identidad digital.

La identificación electrónica con un nivel de seguridad suficiente es, sin duda alguna, uno de los pilares esenciales para lograr el desarrollo y el crecimiento del mercado único digital europeo, por lo que durante los años 2023 y 2024 existirá una tendencia clara en la demanda de servicios de asesoramiento jurídico especializado en identificación electrónica y servicios de confianza.

Entretenimiento - la guerra por el talento que asegura la taquilla:

A pesar de la incertidumbre económica mundial, la industria del entretenimiento se mantiene en auge. Una tendencia que estamos viendo en otros territorios y que está

llegando a España es la adquisición por parte de grandes grupos audiovisuales de participaciones más o menos significativas en compañías productoras de actores, directores y celebridades. Ejemplos de ello son la adquisición por parte de Candle Media de Hello Sunshine, de Reese Witherspoon o la adquisición de Plan B, de Brad Pitt por parte de Mediawan.

Un movimiento en el mismo sentido en nuestro país ha sido la entrada del Grupo Banijay en Pokeepsie Films, la productora de Alex de la Iglesia y Carolina Bang.

Mediante estos movimientos **los grandes grupos audiovisuales tratan de blindar su posición frente a los streamers**. El público demanda proyectos en los que participen actores y creativos de primer nivel; estas producciones cada vez más están lideradas por las plataformas audiovisuales. Ligar dichos talentos al grupo audiovisual les asegura no quedarse fuera del negocio.

Twitter y el control de la opinión pública:

Tras varias idas y venidas, el 27 de octubre de 2022, Elon Musk completó la adquisición de la red social Twitter. Durante el proceso de adquisición y con base en las declaraciones de su nuevo CEO en las que mostraba su preocupación por la censura y cierre de cuentas ejercido por esta red social, se reactivó el debate sobre la libertad de expresión en las redes sociales que, lejos de sofocarse, se ha intensificado a raíz de las primeras decisiones adoptadas por Musk desde su nuevo cargo, como el nuevo sistema de verificación de cuentas que trata de luchar contra el gran porcentaje de cuentas falsas que parecen pertenecer a bots y cuya única intención es manipular la

opinión de los usuarios; el despido de varios miembros del llamado “equipo censor” cuyas decisiones, especialmente las de carácter político han sido duramente cuestionadas; reactivación de algunas cuentas frente al cierre de otras, etc.

La polémica no ha llegado solo con los cambios en la estructura interna de Twitter, sino también con las acciones que afectan a los usuarios. El pago por tener cuenta verificada, las votaciones para tomar decisiones (la readmisión o no de Trump en la red social, si Elon Musk debía dejar de ser consejero delegado entre otras) o la censura de los periodistas que informaban de los vuelos del propio Elon Musk en directo (extendida a todos los usuarios que informan en directo de los vuelos de personajes públicos) han creado un debate continuo respecto al destino de esta red social. La red social ha indicado que más cambios van a suceder en un futuro próximo.

El debate está servido y durante el 2023 seguirá hablándose de un tema que lejos de ser nuevo ha sido analizado prácticamente desde el nacimiento de las redes sociales: la libertad de expresión y el delicado equilibrio entre una intervención por parte del prestador de servicios de red social, un ente privado, que garantice los derechos de los usuarios y la censura de la libertad de opinión (bandera bajo la cual Elon Musk afrontó la compra de Twitter).

SuperApps:

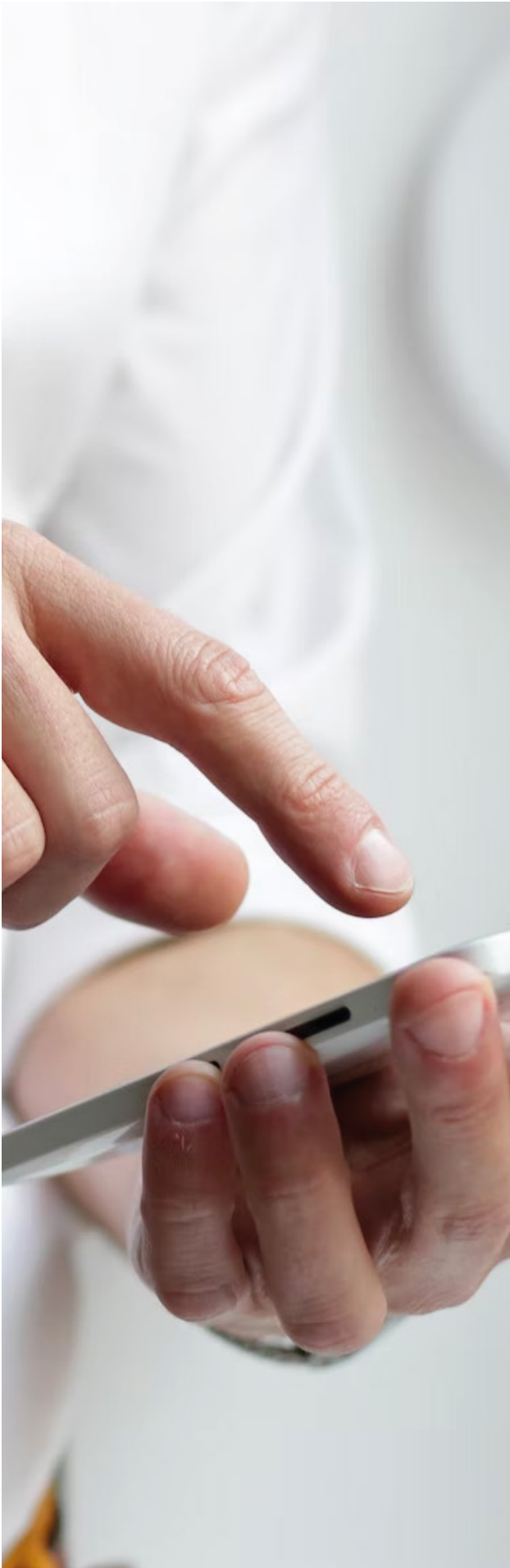
Otro de los temas que en ámbito digital dará que hablar en 2023 será el de las conocidas como “SuperApps”, aplicaciones que, en lugar de ofrecer una única función, engloban un **conjunto de soluciones con la intención de resolver distintas necesidades** de los usuarios. Un nuevo modelo de

negocio digital que ya es una realidad en Asia y que parece comienza a introducirse en Europa.

Frente a quienes defienden la especialización de las Apps y la cualificación de los servicios, las SuperApps cuentan con varios factores a su favor. Desde el punto de vista del usuario, la mejora de la experiencia de navegación con la posibilidad de gestionar todo a través de un único entorno ya conocido, sin necesidad de aprender nuevas dinámicas de uso ni repetir la introducción de sus datos y preferencias. Para el proveedor de la App, la fidelización del cliente, la reducción de costes por la aplicación de economías de escalas gracias a su gran red de usuarios, la reducción de los riesgos propios del lanzamiento de productos y la captación de más inversores, pero, sobre todo, el acceso a gran volumen de datos de sus clientes que les permiten, mediante su análisis, desarrollar conductas predictivas y anticiparse a sus necesidades.

WeChat, Alipay y Grab son ya mundialmente conocidas. En EE.UU., parece próximo el lanzamiento de X por parte de Elon Musk y, si bien es cierto, que en Europa no hay actualmente ningún ejemplo tan visible, se detectan movimientos entre las principales plataformas que las acercan a este modelo. Véase Amazon, cuyo modelo de negocio pretende acercarse al de Alibaba o Meta, que tras la compra de Whatsapp e Instagram amplió su catálogo de servicios, aunque aún no se presten bajo la misma plataforma.

Frente a los escépticos, la consultora Gartner señala que este tipo de aplicaciones son una tendencia en negocio digital gracias a su éxito entre los usuarios más jóvenes y a la incorporación de otras tecnologías como el metaverso o Internet de las cosas (IoT).



Publicidad digital cookieless:

Tras la sanción de la Autoridad de Protección de Datos Belga (APDB) a la Interactive Advertising Bureau (IAB) en febrero de 2022 por incumplir el Reglamento General de Protección de Datos a través de su nuevo Marco de Transparencia y Consentimiento (TCPF), se ha cuestionado la licitud de los actuales sistemas de publicidad programática.

Concretamente, la APDB ha cuestionado la posición de la IAB como responsable del tratamiento de los datos y ha determinado el incumplimiento de diversas obligaciones, como la necesidad de establecer una base de legitimación adecuada que habilite a tratar los datos personales o la obligación de implementar medidas de seguridad adecuadas desde el diseño y por defecto.

Pendientes de la resolución de las cuestiones planteadas al **Tribunal de Justicia de la Unión Europea en el marco de la apelación presentada por IAB**, la realidad es que algunos proveedores de navegación han comenzado a restringir la utilización cookies de terceros en sus sistemas y el mercado de la publicidad digital ha comenzado a trabajar en nuevas soluciones que permitan seguir analizando la navegación de los usuarios y extraer esta información a partir de otras tecnologías. En este sentido, Google, uno de los principales proveedores, anunció la creación de un nuevo modelo de navegación sin cookies de terceros, cuya implementación parece que se hará efectiva a mediados de 2024.

Ante la posible confirmación de este nuevo escenario cookieless, la solución pasa por innovar utilizando tecnologías alternativas a las cookies de terceros, como el machine

learning o la inteligencia artificial que posibilitan la detección y creación de tendencias a partir de información limitada, el refuerzo de las cookies propias o first party cookies, que no dependen de terceros proveedores.

Este cambio, pese a suponer un inconveniente para el sector de la publicidad, crea un nuevo reto para el 2023 y siguientes en el que este sector deberá ser capaz de adaptarse a esta nueva situación para poder realizar sus campañas de marketing digital, cumpliendo de forma adecuada las obligaciones y los principios del RGPD.

Nuevos formatos. De los podcasts a la pantalla:

Que las adaptaciones audiovisuales están en auge es un secreto a voces. Tanto es así que, hoy en día, más de la mitad de las películas que se estrenan en el mercado son, de alguna forma, una adaptación de una obra previa, según el portal Reddit.

Así, la fuente de estas adaptaciones residía tradicionalmente en las novelas, los cómics o, incluso, en otras películas o series de televisión, a través de los conocidos remakes, precuelas, secuelas, spin off o reboots.

Sin embargo, durante este último año 2022 hemos podido ver que los grandes prestadores de servicios comunicación audiovisual de nuestro país también han puesto el foco en la adaptación de un nuevo formato: los podcasts.

Las series "Homecoming" de Amazon Prime, "Archivo 81" y "Dirty John" de Netflix o "Apagón" de Movistar+, son un buen ejemplo de ello. A ello, debemos de sumarle

las adaptaciones audiovisuales de podcasts que ya se han anunciado para este año 2023 como el caso de la serie "Santuario" de Atresmedia.

Por ello, no cabe duda de que en este año 2023, al asesoramiento jurídico inherente a la producción y distribución de este reciente formato sonoro (contratación de guionistas, directores, locutores, técnicos, contratación con plataformas digitales de explotación, etc.) se le podrán añadir las complejidades derivadas de la negociación del contrato de adaptación audiovisual.

De este modo, será en este **contrato de adaptación en el que se fijarán las reglas** del futuro éxito audiovisual entre las que destacarán: el número de capítulos/temporadas/entregas que se podrán realizar de esta futura serie/película, los países en los que se podrán explotar, si podrán convivir pacíficamente en el mercado el podcast y el producto audiovisual o si, a pesar de este contrato de adaptación, el productor del podcast podrán realizar y explotar nuevos capítulos o temporadas sonoras de este mismo producto.

ÁREA DE TMT
C/ Serano 69
28006
info@ecija.com
www.ecija.com

