

Derechos de propiedad intelectual: derechos de autor

Michele Boldrin
Washington University & FEDEA

Pablo Vázquez
Universidad Complutense & FEDEA

La disposición final primera de la Ley de Economía Sostenible, por fuerte que sean las presiones del sector, no es una buena idea. No lo es porque no va a aportar nada al cambio de modelo y probablemente lo haga más difícil. Equivocada porque es una ineficaz forma de defender a los artistas e inútil porque es ya hoy una forma antigua de luchar contra la piratería.

La disposición final primera de la Ley de Economía Sostenible establece - mediante la modificación de una serie de leyes ya existentes - la posibilidad de retirar contenidos que vulneren la propiedad intelectual (es decir, el copyright). La disposición establece además el procedimiento para hacerlo: una Comisión del Ministerio de Cultura (formada por representantes de los “creadores” y de los consumidores) acordará si hay o no infracción de propiedad intelectual, decidirá si se debe cerrar o no la página y ejecutará el cierre. En la versión de la LES del 11 de enero se ha añadido que el juez autorizará la ejecución de esa resolución en función de si afecta al derecho fundamental de libertad de expresión del titular de la web, pero sin entrar a juzgar si merece el cierre o no (los jueces habían manifestado en varias ocasiones que las páginas con enlaces p2p no cometían ningún delito).

Con estas medidas se pretende eliminar o al menos reducir significativamente el intercambio de música, películas y libros a través de Internet, reforzando los derechos de exclusiva (monopolio decimos los economistas) que el copyright establece sobre esos productos. Se trata incluso de impedir que personas o empresas que hayan legalmente adquirido estos productos y lo hayan pasado a formato digital, posiblemente modificándolos o generando nuevos productos, puedan utilizar Internet para compartirlos con otras personas interesadas.

Sobre este precepto, como economistas, nos gustaría destacar dos aspectos. El primero es sencillo: no existe una justificación económica que ligue el nuevo modelo de crecimiento con estas limitaciones en el uso de la red, se consideren o no acertadas. De hecho, es significativo que la Memoria de Impacto de la Ley, que pretende ofrecer una visión estructurada del conjunto bastante variopinto de disposiciones que incluye esta norma, no menciona en ningún momento esta disposición, pese a tratarse de una de las que mas inquietud social han creado. Parece intuirse, y esto ya es completamente subjetivo, que nuestras autoridades económicas no se sienten especialmente orgullosas de esta medida. Y tendrían buenas razones para no estarlo: España ocupa un lugar bastante discreto en cuanto a uso de Internet: 11 millones de usuarios, un índice de penetración de Internet del 56%, y puesto número 15 en cuanto a uso de esta tecnología por detrás de Italia y Austria (Informe Universal McCann, 2008). Dedicarse a perseguir webs de películas o música en un país en el que el 65% de los usuarios accede a Internet por temas relacionados con el ocio (Fundación BBVA, 2008), probablemente no sea la mejor manera de fomentar el uso de esta herramienta esencial en el “nuevo modelo”. Merece la pena detenerse un momento en este argumento.

Alfabetizar una generación

En los próximos años, el uso de los ordenadores en la inmensa mayoría de actividades productivas se ampliará y generalizará. Se trata, creemos, de una aspiración deseable dado que es legítimo establecer una relación directa entre adopción de ordenadores y crecimiento de la productividad del trabajo. Adicionalmente, el desarrollo de la sociedad del conocimiento nos ha enseñado que los ordenadores productivos son los ordenadores en red, los que pueden trabajar y conectarse con otros ordenadores. Desde las compras a los deberes escolares, pasando por la generación de proyectos y las redes sociales y laborales, parece claro que la transmisión y producción del conocimiento se hará cada vez más en red. Podemos pensar que un país productivo será un país donde sus ciudadanos y sus trabajadores “viven y trabajan en la red”: usan con familiaridad los ordenadores y sus, cada día más sofisticadas, aplicaciones. Sin embargo, el ordenador es una máquina atractiva, pero no necesariamente intuitiva y en todo caso bastante más compleja que un tornillo: hay que familiarizarse con él y aprender a utilizarlo desde jóvenes para disfrutar de sus potencialidades en la edad laboral.

Los beneficios que se pueden generar para la sociedad de contar con una generación que tenga destreza en el uso de los ordenadores son, literalmente, enormes. La “alfabetización digital” de la siguiente generación es, en este sentido, un cometido indispensable: que no sean sólo usuarios, sino que entiendan la lógica de estas máquinas para poder sacarles todo su partido. Creo que todos coincidimos en que si consiguiéramos esa destreza en la inmensa mayoría de los jóvenes entre 12 y 15 años, les habríamos aportado una herramienta muy eficaz para su futuro (sobre todo en un país con una tasa de paro juvenil superior al 40%).

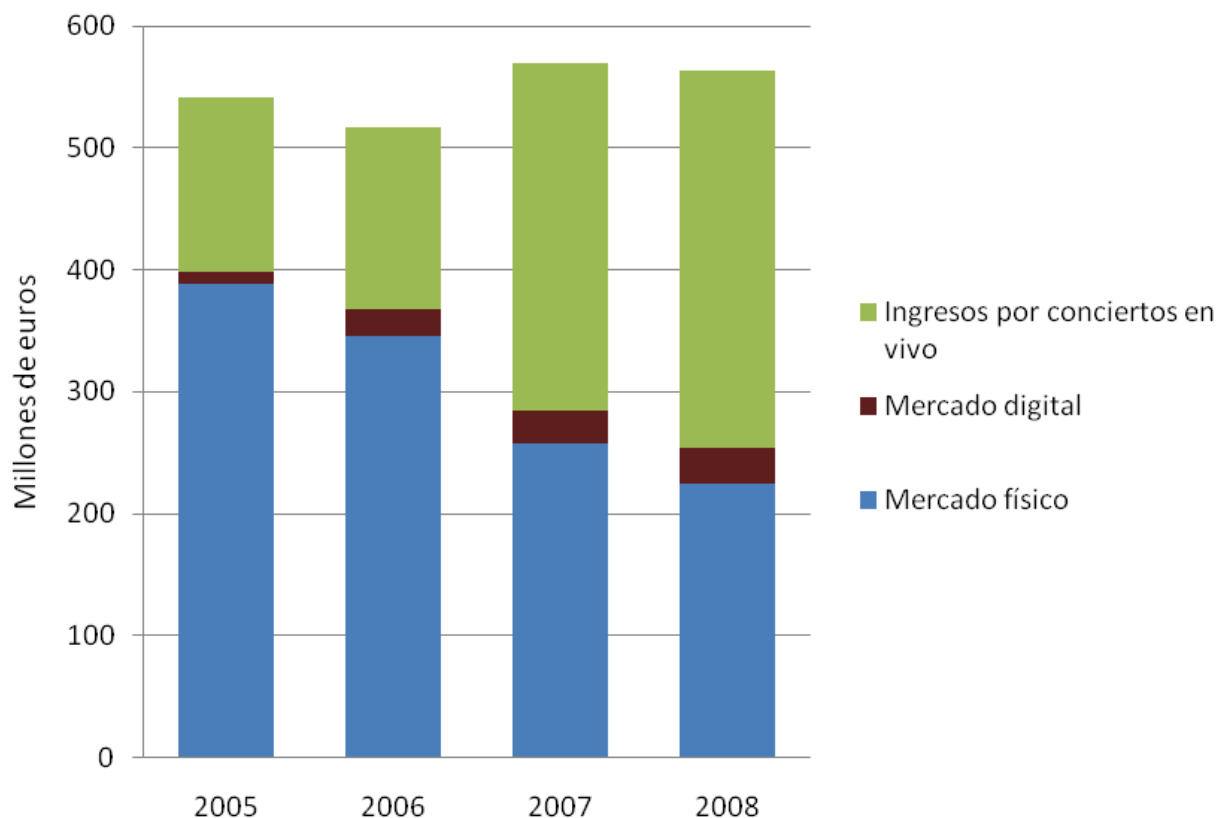
Pues bien, generar habilidades en el manejo de Internet casa mal con limitaciones y prohibiciones de su uso. Que los jóvenes más inquietos se hagan maestros de la red choca frontalmente con la nueva reglamentación de la LES. Un ejemplo: de acuerdo a las nuevas disposiciones, va a ser suficiente con tener un anuncio (por ejemplo, de Google) en la web para que te la puedan considerar como una web con afán de lucro y por tanto ser clausurada en el caso de que tengas contenido que no esté debidamente en regla con las autoridades de la propiedad intelectual. ¿Es esta una forma inteligente de promover que los jóvenes internautas abran nuevas páginas? Ganaría tanto nuestro país con disponer de una generación que se maneje sin problemas con la red que se podría compensar a todos los artistas, cantantes y actores españoles varias veces por las eventuales pérdidas que este régimen de libertad les generara. De hecho, como analizamos unos párrafos más adelante, no es obvio que estos sectores vayan a perder a causa de la descarga y del intercambio de ficheros digitales entre usuarios de Internet. Lo único que, probablemente, estas medidas implicarían serían unas pérdidas para unas cuantas estrellas de la música o del cine (la mayoría extranjeras), que ya son bastante ricas y que, con toda probabilidad, no van a

ofrecer mejores películas o canciones porque cobren rentas adicionales por productos que muchos ya consideran antiguos. De lo que podemos estar seguros, por el contrario, es que estas limitaciones no van a generar una mejor industria española del cine, de la música o de los libros; solamente harán, para los jóvenes de nuestro país, menos atractivo comprar y aprender a utilizar el ordenador así como navegar en la red.

No detener los cambios

El segundo aspecto que queremos subrayar es que estas disposiciones son desacertadas y que, muy probablemente, van a resultar dañinas para el nuevo modelo de crecimiento económico. Pretender proteger a los autores de obras cerrando páginas web es una forma socialmente poco eficiente de protegerles; y, más importante, no es para nada obvio que fomente la innovación artística y la producción de nuevas creaciones musicales o cinematográficas. La evolución del mercado de la música en nuestro país nos permite ilustrar estas ideas.

El gráfico que acompaña este artículo resume con claridad lo que ha ocurrido estos últimos años en el mercado musical. Hoy (2008 es el último dato disponible) los ingresos en este mercado son prácticamente los mismos que hace 4 años. Lo que ha cambiado es la composición. Mientras los ingresos por venta de música (física, los cds; o digital, por iTunes por ejemplo) continúa descendiendo - aunque a menor ritmo -, los ingresos por música en vivo han aumentado. Como señalaba Steven Van Zandt, guitarrista de la E Street Band, hoy un disco se ha convertido para los artistas en un billete de avión para patearse la geografía dando conciertos. Este aspecto de la cuestión es fundamental: los cambios tecnológicos inducen siempre un cambio en la organización de la producción y distribución de los bienes y servicios en la industria afectada por el cambio tecnológico. Estos cambios siempre han generado y siempre generarán ganadores y perdedores entre los insiders de la industria. De hecho, lo habitual es que lleguen normalmente nuevos ganadores y salgan algunos antiguos insiders que no saben adaptarse al cambio tecnológico. La tecnología digital, los ordenadores y el Internet son el cambio tecnológico en la industria del entretenimiento. La transformación que están generando es imparable: la cuestión fundamental no es si se puede parar para favorecer a los antiguos insiders, sino qué medidas favorecen más el desarrollo de la industria (también en nuestro país) y en todo caso cuáles aumentan el bienestar social.



Fuente: Promusicae e Informe anual 2009 de la industria de contenidos digitales del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

Los ganadores y los perdedores del cambio tecnológico en la industria del entretenimiento son ya muy visibles. Cualquier usuario puede acceder en la actualidad a un catálogo de música impensable sólo hace unos años, y en el que todos hubiéramos soñado cuando éramos (más) jóvenes. No se trata sólo de que se pueda descargar "ilegalmente" el último cd de Beyoncé; es que puede comprarse (legalmente) por menos de lo que le cuesta un café la canción que más le gusta de ese cd o puede escucharse on line (sin posibilidad de descargar), prácticamente cualquier cd que pueda uno pensar. Se trata de una mejora sustancial del bienestar para el ciudadano, que no debemos minusvalorar: hoy, la tecnología permite que prácticamente cualquier habitante de este planeta tenga acceso a una de las creaciones más propias del ser humano.

Pero hay otros que han perdido con los cambios. Los principales perjudicados han sido, sin duda, las discográficas y las tiendas de discos. Las tiendas "físicas" están en vías de extinción, pero las virtuales florecen: las ventas on-line han pasado en España de 1,4 millones de euros en 2004 a 19,8 millones en 2008 (Ministerio de Industria, 2009). Y la discográfica se reinventa. Warner, una de las grandes, tiene ya a la mitad de los artistas bajo el sistema de contrato 360º: es decir, contratos en los que la empresa discográfica obtiene ingresos de todas las actividades que realice el artista (merchandise, derechos de imagen, tours, etcetera). No resulta absurdo pensar en un futuro en el que no haya grandes discográficas, al menos como las hemos conocido, como detentadoras de los "derechos de propiedad" de sus artistas y que nos encontremos un mundo poblado de decenas de miles de creadores independientes. Pero volvamos al asunto principal.

Otras formas de comercializar música están surgiendo: los pagos por acceso a grandes catálogos de música, como tiene por ejemplo Vodafone; o el acceso a esos grandes catálogos con anuncios o pagando por cuenta premium, como es el caso de Spotify o de la Radio Pandora. Estas nuevas vías, junto a las bibliotecas digitales (de Amazon o de iTunes) y las actuaciones en vivo, demuestran que un mercado de la música sin "antidescargas" no solo puede ser rentable, sino que de hecho lo es; y que cerrar las webs que contengan links a servidores con música no va a resolver el problema.

Tal vez, todavía hay algunos lectores que a estas alturas del capítulo - y si no han pasado al siguiente - piensan que lo anterior es cierto (que lo es), pero que resulta inevitable perseguir a los que se descargan música para defender la creatividad; aunque impidamos el acceso a la gran mayoría mediante derechos de exclusiva, argumentan, lo hacemos por una buena causa, por asegurar que habrá música en el futuro. Si no protegemos a los grandes artistas, concluyen, nadie tendrá interés en salir a cantar. ¿Es cierta esta conclusión? Boldrin y Levine, por ejemplo, en los Proceedings of the National Academy of Science (2005) han investigado esta cuestión con bastante detalle, llegando a la conclusión de que simplemente, es falsa. Ellos, junto con otros muchos economistas, coinciden en destacar que no existe ninguna evidencia que ligue el incremento progresivo y la ampliación de los derechos de copyright con una subida, cuantitativa o hasta cualitativa, en la producción de música, libros y películas.

El argumento - menor protección de copyright = menor producción artística - sobre el que descansa la normativa en trámite de aprobarse, es sencillamente equivocado. Los 600 artistas que, de acuerdo con la SGAE, cobran el 75% de los derechos por reproducir su música (informe de la CNC, 2010), son precisamente los que no necesitan derechos de exclusiva: pueden, es más, sería muy inteligente por su parte si regalaran su música, porque tienen otras muchas formas de ganar dinero. Y precisamente el hecho de hacer accesible su música a cualquiera alimenta su popularidad y les hace más atractivos en otras actividades. Eliminar los derechos de propiedad sobre los cds de Madonna, Beyoncé o Radiohead no es solo una forma de mejorar la vida de todos; es una forma de popularizar sus figuras, convertirlas en más estrellas y añadirles valor. Se gana no con la exclusiva, sino con lo contrario.

Este argumento no es una fantasía de economistas teóricos. De hecho, se encuentra en el origen de la legislación de la propiedad intelectual, y del copyright en particular. El argumento es sencillo: cuando Alejandro Sanz y el último cantante de rumba escogen su futuro, el coste de oportunidad de dedicarse a la música no es muy distinto. Las grandes estrellas y los pocos conocidos no tienen alternativas laborales muy distintas fuera del mercado musical. Por tanto, si le redujéramos los beneficios un 10% a la superestrella X, seguiría haciendo lo que ahora hace ya que la alternativa fuera de la música (trabajar por ejemplo en la construcción como ocurría con ese celebre artista de OT) es sustancialmente peor. La sociedad no necesita sobreproteger con unos derechos de exclusiva a los mega-artistas para que se dediquen a la música. Lo van a hacer con seguridad dada las posibles alternativas. A quien debe proteger el copyright es al último que ha llegado, a ese que si pierde el 90% de sus beneficios probablemente abandonará la profesión y se dedicará a limpiar mesas. En términos técnicos, el copyright debería estar diseñado para crear incentivos al artista marginal (los de menor éxito) no a los inframarginales (los de mayor éxito). Pero a los artistas marginales muy poca gente les piratea, así que a estos también el copyright no le ayuda mucho.

Este es el centro del argumento: la "piratería" no hace daño al que acaba de llegar o al último cantante de rumba, porque no es negocio copiarle y distribuirle fuera de copyright. Una reducción de la sobreprotección del copyright no les afecta a estos miles de artistas; de hecho es lo contrario: un acceso sin persecución permite que sean conocidos y escuchados a bajo coste - que al menos es lo que quieren estos grupos - ganándose así unos pequeños segmentos de mercado y, posiblemente, una audiencia por conciertos en vivo y otras performances. Si para escuchar a un grupo algo desconocido tengo que pagar 18 euros, es bastante probable que no lo haga: si está accesible en la red, aumentan significativamente las posibilidades. El éxito de myspace, la web más visitada de nuestro país, es una buena muestra de esto.

Además, desde el punto de vista del conjunto de la sociedad, la cuestión no es y no debe ser encontrar una legislación que permita a los productores de música, libros,

o películas ganar más dinero posible. Al contrario, desde el punto de vista del bienestar social, la pregunta apropiada es: ¿qué regulación facilita que se genere la mayor cantidad de creaciones artísticas que puedan ser disfrutadas por más personas (es decir, al menor precio posible)? En otras palabras, la definición de los derechos de propiedad intelectual no deberían mirar únicamente a proteger los intereses de algunos productores sino que deberían buscar maximizar la producción y el consumo bajo la restricción que productores y consumidores hagan lo que hacen de manera libre y voluntaria. Es bastante evidente que la actual regulación del sistema de copyright, y la ulterior protección que los procedimientos contenidos en la LES implican, favorecerán las grandes casas discográficas y las grandes estrellas (los 600 artistas que mencionaba la SGAE) a costa de los usuarios y de los artistas menores.

Conclusión

Concluyendo, la disposición final primera de la Les, por fuerte que sean las presiones del sector, no es una buena idea. No lo es porque no va a aportar nada al cambio de modelo y probablemente lo haga más difícil, haciendo menos atractiva el uso de una herramienta que sí es esencial en este cambio de paradigma; y porque además es equivocada e inútil. Equivocada porque es una ineficaz forma de defender a los artistas e inútil porque cuando se cierre la primera web con una fuerte oposición social, lo más probable es que mucha gente habrá encontrado otras fórmulas de escuchar música. Sería preferible, por el contrario, que se aprovechara ese texto legal para incorporar las recomendaciones que ha realizado hace pocas semanas la Comisión Nacional de Competencia acerca de nuestra ley de propiedad intelectual y que ponen en cuestión el grado de competencia de algunas de los elementos de este sector.

Referencias

Boldrin, M y Levine, D (2005): The Economics of Ideas and Intellectual Property. Proceedings of the National Academy of Sciences, 102 (2005), 1252-1256.

Universal Mccann International Social Media Research Wave 3, (2009)
Disponibile en: <http://www.slideshare.net/mickstravellin/universal-mccann-international-social-media-research-wave-3>.

Fundación BBVA (2008). II Estudio sobre Internet en España.
Disponibile en <http://www.fbbva.es/TLFU/tlfu/esp/investigacion/fichainves/index.jsp?codigo=315>.

Comisión Nacional de Competencia (2010): Informe sobre la Gestión Colectiva de Derechos de Propiedad Intelectual. Disponible en <http://www.cncompetencia.es/Inicio/Promocion/Informes/tabid/166/Default.aspx>.

Informe Anual 2009 de la Industria de los Contenidos Digitales en España, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.