

LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LOS DERECHOS DE AUTOR: INTERNET Y EL MUNDO DE LA MÚSICA

LEOPOLDO SEIJAS CANDELAS
Universidad San Pablo-CEU

INTRODUCCIÓN

En un Congreso de Ética y Derecho de la Información, se hace obligado plantear las siguientes preguntas: ¿Tiene edad la ética y por eso da la sensación de que envejece? ¿Tiene sentido hablar de ética en la sociedad de la información? ¿Cómo puede sobrevivir la ética en la nueva sociedad de la información? Estas cuestiones llevan a la reflexión sobre la necesidad de protección de la ética en la nueva sociedad de la información.

Desde el punto de vista jurídico, se trata de considerar si esa protección existe adecuadamente con el actual sistema legislativo o si su modificación es necesaria: piénsese en que ha sido precisamente en aquellos momentos en los que la dignidad del ser humano se ha visto en peligro cuando han reaccionado conjuntamente el derecho y la política, por ejemplo, en la primera declaración de derechos humanos de la ONU de 10 de noviembre de 1948. El derecho en sus expresiones más puras refleja la ética y la defiende.

LOS CONCEPTOS DE ÉTICA Y DE SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

Para responder a las anteriores preguntas deben aclararse previamente los conceptos de ética y de la sociedad de la información, así como la razón por

la que se cuestiona el impacto de la ética en los desarrollos de la sociedad de información.

Entendiendo la ética como el arte de vivir bien, como el intento racional de vivir bien entre seres humanos. Es lo que está en nuestras manos y depende de nuestra voluntad. Según este entendimiento, no parece que pueda sostenerse que haya una *nueva ética* frente a una *vieja ética*: la ética se construye del análisis racional individual de los actos de cada persona.

Puede parecer que la ética queda desfasada, o al menos anticuada, para una sociedad en constante evolución. Creo sin embargo, que la ética permanece a través de los tiempos, sin perjuicio del estado de crisis continuo que lleva a algunos a formular la queja permanente: *¿es que no hay valores en la sociedad?*

En cuanto a la *sociedad de la información*, es un término que parece haberse cuñado para referirse a la situación derivada del aumento en el número de personas que acceden a la información así como del grado de información disponible. Se caracteriza esta sociedad de la información por el aumento de canales de comunicación (que permiten que un mensaje se difunda por distintos medios, con lo que puede tener un alcance multiplicador), la rapidez de las comunicaciones (que imprime velocidad a la información transmitida) y su abaratamiento (que amplía el número de emisiones y destinatarios).

Es por tanto, una sociedad en la que hay mucha información, que llega muy deprisa, a un coste relativamente bajo y en la que hay un grado importante de descontrol desde el origen del mensaje hasta su destino.

LA DIFICULTAD DE DETERMINAR LOS DESTINATARIOS DE LA INFORMACIÓN TRANSMITIDA

El problema no es tanto la información en sí, como la imposibilidad de controlar que accedan a ella determinados colectivos especialmente necesitados de protección: la infancia, la juventud y los incapaces.

Además, el propio establecimiento de controles es contrario a la principal aspiración de la sociedad de la información: que el mayor número de personas tenga acceso a la mayor información posible; sin embargo, la protección de los colectivos mencionados se ha considerado prioritaria, prevaleciendo sobre el derecho de información. Para paliar las posibles consecuencias negativas se establecen medios técnicos o reglas particulares que permiten cierto grado de supervisión: por ejemplo, las franjas horarias para la emi-

sión de determinada programación, la codificación de señales, la clasificación de programas (*rating*), sistemas de bloqueo del acceso a información, y cualquier clase de información que se pueda bajar de Internet.

Que duda cabe que las nuevas tecnologías de la información y más concretamente Internet, ha venido a incrementar el problema, y sobre todo a facilitar la intromisión en la intimidad de las personas, pero también existe una ética para la actividad comercial que busca garantizar los derechos de los autores como es el caso del mundo de la música.

Esta actividad comercial implica relaciones de proveedores, clientes y competencia. En todas estas interconexiones, debe regir una ética empresarial, que en lo referente a la clientela, debe tener en cuenta sus derechos como consumidor, su derecho a adquirir un producto de calidad, sin temor a ser engañado o perjudicado en la compra, con toda la información que necesita, y debe gozar de un buen servicio post-venta.

Las empresas que ofrecen sus productos, servicios o información en Internet deben tener en cuenta todo esto. El estar en un medio sin dueño aparente (es de todos), ni autoridad que se ocupe de que la ética en los negocios se lleve a cabo, no debe ser tenido en cuenta para que el concepto de calidad total como expresión de la ética y el trabajo bien hecho sea totalmente operativo.

Confiamos en la ley del mercado, que de seguro obligará a que todo aquél que pretenda ofrecer bienes y/o servicios en Internet, respete el código ético de los negocios en la Red. Además, es necesario que cada vez se aprecie más ese valor ético, sobre todo en un medio como Internet, en el que la lejanía física puede llegar a ser enorme.

Se pide por tanto, por parte de usuarios, clientes o colaboradores confianza, seriedad, rigor y, en definitiva, trabajo bien hecho.

Grandes cantidades de información se encuentran distribuidas por todo el planeta a través de miles de servidores. Internet nos permite poner datos personales o corporativos a la vista de toda persona interesada, nos permite llevar a cabo conversaciones con personas de lejanos países a las que tan solo conocemos por su dirección de correo electrónico.

Con Internet llega el término “Ciberespacio”, un mundo virtual que se extiende más allá de las fronteras de nuestro ordenador en el que, a priori, todos somos iguales sin distinción de sexo, raza o religión.

En la actualidad son muchos los millones de personas que, de una forma u otra y repartidas por toda la geografía mundial, disponen de conexión a Internet, ya sea desde sus puestos de trabajo o en el plano doméstico.

Tal vez se haya debido a las peculiares circunstancias políticas de los últimos años en nuestro país, pero hay una demanda de actuaciones éticamente correctas en todos los ámbitos sociales.

Se ha hecho evidente que la fidelidad a unos principios éticos y un cierto autocontrol por parte de determinados individuos hubieran evitado muchos males.

Lo que se demuestra es que la libertad, es algo peligroso si no va unida a la responsabilidad.

Cualquier empresa o industria es además de otras posibles cosas, un negocio que aspira a ser rentable. Es decir, lo que quiere, ante todo, es vender. Lo mismo que un partido político lo primero que quiere es ganar las elecciones. Pero, en ambos casos, el afán de beneficio económico o político no puede saltar por encima de un cierto respeto a normas de calidad, a veracidad en la propaganda, porque si esa empresa o ese partido engaña a sus clientes, tal vez obtenga beneficios inmediatos, pero a costa de destruir la confianza y perjudicar su imagen, lo que al final le resultará ruinoso.

Las redes permiten la transmisión y la circulación casi instantánea de información en forma de textos, imágenes, sonidos o bases de datos entre los puntos más distantes del planeta. Internet es un sistema que resulta imposible de controlar tanto desde el punto de vista técnico como político o jurídico. Internet se desarrolla hoy a gran velocidad, no sólo en las empresas, en las universidades, sino también en los hogares. Pues bien, uno de los rasgos más sorprendentes e interesantes de la “red de redes”, es que no la dirige nadie, funciona con un alto nivel de autonomía.

En sus comienzos sólo era un reducido grupo de personas el que formaba Internet y el que tomaba decisiones, pero hoy son ya millones de usuarios los que intervienen en ella, por lo que nadie tiene capacidad ni poder para imponer aquí su voluntad.

En Internet no funciona los criterios propuestos por expertos sobre lo que se debe comunicar o no. Todo esto es lo que ha llevado a definir Internet como “*una anarquía que funciona muy bien*”. Porque es un ejemplo de organización no dirigida por nadie. Lo que mueve a Internet es el poder de participación: quien más participe más posibilidades tiene de influir sobre los demás.

Frente a la pasividad que impone la televisión, Internet permite expresarse, comunicar ideas y esperar que, entre los millones de cibernautas, alguien recoja nuestra aportación y pueda beneficiarse de ella.

Si nadie dirige Internet, tampoco nadie puede controlarla. Esta es otra de

las características de la red que más problemas plantea desde el punto de vista ético.

Que sea posible la difusión de información sin restricciones, cruzando las fronteras nacionales y siendo accesible a todo tipo de gentes, tiene tanto aspectos positivos como negativos. Pues también los delincuentes, los terroristas, perversos o locos pueden utilizar la red, y de hecho la utilizan, para darse a conocer y promocionar sus fines. De nada sirve que un país prohíba, por ejemplo, la pornografía. Internet llega a todas partes. Todo el mundo sabe que en Internet se puede encontrar, desde recetas para elaborar drogas sintéticas, hasta fórmulas para fabricar bombas, además de propaganda de grupos racistas.

Todo esto demuestra que no existe control en Internet, ni funcionan en ella leyes que restrinjan contenidos. Todo esto plantea problemas jurídicos de toda índole, como sucede con los derechos de autor o la propiedad intelectual.

Porque lo digital es una técnica que permite la transcripción de la información. Su fuerza reside en lo que podría denominarse su capacidad de “disolución”: todo contenido, sea cual fuere su forma, puede ser fragmentado, condensado y conservado. Su interés reside, sin embargo, en su capacidad de recuperación: cualquier obra digitalizada puede ser objeto del proceso inverso, de la recuperación, de forma idéntica, del contenido original de dicha obra.

A esta alquimia del contenido, la red Internet añade la magia de la ubicuidad: la abolición de distancias, la rapidez de la comunicación, la facilidad de transporte permiten al contenido estar aquí y en cualquier parte.

La influencia de ambos rasgos sobre los derechos de autor y sobre la gestión y percepción de los mismos es evidente y está planteando grandes cuestiones como apuntan las reflexiones del profesor SIRINELLI¹.

La digitalización de una obra consiste, a grandes rasgos, en la reducción o transformación de la misma en una serie de números. Tal es la técnica utilizada desde 1980, por ejemplo, en el disco digital: la señal visual o sonora es fragmentada en intervalos exactamente iguales. La amplitud de cada intervalo es inmediatamente medida, y después convertida en su equivalente binario (una secuencia combinada de unos y ceros). Basta, entonces, con leer la secuencia de estas equivalencias para generar una traducción perfecta del

¹ SIRINELLI, P., *Industries culturelles et nouvelles techniques*, Rapport pour le Ministère de la Culture, 1994, Documentation Française.

mensaje originario o más exactamente su reproducción idéntica pero bajo otro lenguaje. El producto final es el mismo, pero su composición es diferente.

En el caso del disco digital, la secuencia binaria es grabada siguiendo una espiral sobre la superficie del disco, y la lectura la realiza un rayo láser, lo que elimina todo contacto entre el disco y la cabeza de lectura.

Esta técnica presenta avances considerables, y no es sorprendente que, a la vez que se ha desarrollado, se haya popularizado a gran velocidad. La información está depositada, no sobre la superficie del disco, como sucedía con los antiguos discos de vinilo, sino en la profundidad, estando así más protegida de los agentes externos que pudiera estropearlo. La calidad original de la grabación está preservada. Lo digital ofrece así una facilidad sin igual de conservación, de consulta, de reproducción y de modificación.

Todo ello nos lleva a una accesibilidad inmediata a lo consultado, ya que los motores de búsqueda utilizados por los ordenadores permiten encontrar en pocos segundos una variedad de canciones o música especializada en formatos, hasta ahora imposible de condensar. Asimismo es posible, con la tecnología digital y con los programas de gestión de ficheros adecuados, clasificar cualquier obra digitalizada por género, tipo y categoría.

La accesibilidad a la obra digitalizada es sin duda su primera cualidad. Pero la facilidad de reproducir todo o parte de un trabajo, gracias a la herramienta, que cualquier usuario de ordenador conoce, permite la creación a nivel individual o particular de una fonoteca perfecta de aquellas canciones que queremos conservar.

El resultado de las acciones punibles de los copistas de otras épocas, está hoy al alcance de todos, y además a bajo coste. La producción musical más densa, más grande, puede hoy ser reproducida en un instante y con una sola presión del dedo, sin que el menor error de reproducción pueda deslizarse en el nuevo fragmento musical.

La reproducción de la obra puede ser sólo parcial: nada prohíbe copiar más que una parte de la obra para integrarla en el seno de otra. El usuario es completamente libre a la hora de dividir un trabajo musical en tantas partes como desee, y de reutilizar dichas partes según su sentido y criterio, tantas veces como quiera y con la finalidad que estime conveniente, incluso para crear a partir de esos elementos una producción nueva, como ha sucedido con las mezclas de voces de cantantes de éxito con otros ya fallecidos recordando canciones que marcaron una época en la vida musical.

LOS EFECTOS DE LA TECNOLOGÍA DIGITAL SOBRE LOS DERECHOS DE AUTOR

Los efectos o implicaciones son múltiples como señala el profesor LUCAS². Era inconcebible pensar que el control sin precedentes que proporcionan las técnicas digitales sobre la materia de la obra no iba a tener consecuencias sobre el alcance mismo del derecho de autor.

El primer gran efecto de la tecnología digital sobre los derechos de autor y derechos conexos, está relacionado con la posibilidad de multiplicar hasta el infinito la obra, es decir, no ya sólo de copiarla, sino de obtener una calidad idéntica de la obra de forma ilimitada. Es muy difícil, con la tecnología digital, distinguir la enésima copia de la original, y como tal la podemos almacenar y guardar en la red al disposición de los usuarios. Este tipo de reproducción idéntica de la obra original nos conduce a hablar de “clonación” de la misma, más que de copia.

Junto con este primer riesgo en la reproducción de las obras, se añade la unión de la tecnología digital e Internet, como ya hemos apuntado, con el consiguiente riesgo para los titulares de los derechos de autor que ven como cualquier producción “colgada” en la Red es accesible a cualquier persona en cualquier lugar del mundo. Es más, con la posibilidad de reproducción de los trabajos en las condiciones antes mencionadas.

La tecnología digital ha producido otro gran efecto que es la **convergencia**: las fronteras tradicionales existentes entre informática, telecomunicaciones, otros medios de difusión, y los distintos soportes donde se sustentan se han difuminado y diluido para convertirse en un solo “soporte universal” y gratuito. Pero esa gratuidad tiene que terminar, aunque todavía la huella imborrable en los usuarios en cuanto a la forma de acceder a los servicios suministrados por Internet, tardará en desaparecer.

Por ello el nuevo discurso económico y comercial que se cierne sobre Internet desde la mitad de la década de los noventa se opone frontalmente a la visión de numerosos internautas impregnados de una cultura no mercantilista y de no pago por los servicios e información que se descargan.

Así ha surgido en el entorno Internet un movimiento que se conoce como “Copyleft Attitude”. Para los promotores de este concepto, el titular del derecho de autor dispone de un monopolio jurídico, pero puede, previa comunicación explícita, no ejercitar dicho monopolio, conservando así la tradición

² LUCAS, A., *Droit d'auteur et numérique*, Litec., 1998

inicial de Internet en la que la información debe ser libre y compartida por todos, proponiendo una alternativa distinta de modelo económico a partir del ejemplo de los “programas libres”.

La historia de los “programas libres” comienza en 1983: R. Stallman envía un mensaje anunciando que está configurando un programa completo que deja a la disposición de aquellos que quieren utilizarlo. Stallman crea en 1985 la Free Software Foundation que recoge fondos para retribuir a los informáticos que no perciben una retribución de la Universidad en la que trabajan. Dicha Fundación creará la General Public Licence (GPL), marco jurídico en el que debe realizarse la difusión de los “programas libres”. Dicha licencia GPL, a priori, no se limita a los programas y puede aplicarse entre otras cosas a la música. Para el movimiento “Copyleft Attitude” este modelo se podría extrapolar a todas las obras en las que interviene un proceso de creación colectiva y difundida por las redes numéricas.

Un colectivo de artistas han creado la Licence Art libre, basada en el modelo aplicado a los programas de ordenador, invitando a los artistas a adherirse a un modelo jurídico de protección distinto: cada uno es libre de utilizar las ideas y los trabajos de los otros para avanzar en su propio trayecto artístico. No se considera pirateo. A semejanza de la actividad universitaria, la producción de conocimientos “libres” se apoya en un trabajo colectivo en el que cada uno comparte y mejora el trabajo precedente, realizado por otros. No obstante el derecho de autor constituye la base jurídica en la que se apoyan los modelos de “Copy-left”. No se trata de autorizar al usuario a copiar, redistribuir y sobre todo a modificar la obra o el programa, sino de autorizar a los autores, a concederles dicha libertad. Los que crean un concepto de programa libre ceden gratuitamente sus derechos patrimoniales respecto a las utilidades posteriores. Los creadores de conceptos renuncian contractualmente a exigir retribuciones de las utilidades, adaptaciones y explotaciones, comerciales o no, que se hagan de las nuevas versiones obtenidas a partir del original.

Un programa libre se caracteriza por el hecho de que cualquier usuario que tenga acceso libre al código fuente, puede modificarlo como lo desee, enriquecerlo y redistribuirlo de manera que todos puedan beneficiarse del trabajo de cada uno. El programa libre puede no ser gratuito y programas gratuitos pueden no ser libres, al no tener el usuario acceso a los códigos fuentes. Es posible obtener gratuitamente ejemplares de programas libres descargando de Internet, pero también es posible comprarlos en CD-Rom. La música libre significa que cualquiera puede difundir y modificar la música sin

finés comerciales, pero no que los músicos no puedan retribuirse por la distribución de los discos producidos.

Anteriormente hemos hablado de los medios convergentes, pues bien, Internet, es en sí mismo un *medio convergente*, ya que funciona inseparablemente como un medio de comunicación y transporte, y la www a su vez como un medio de edición.

Internet es un medio absolutamente *interactivo*, a diferencia de los medios de comunicación tradicionales, que admite diferentes formas de comunicación, uno a uno, uno a muchos o muchos a muchos. En Internet se pueden realizar entregas de contenidos multimedia a miles de usuarios a la vez, sin tener que realizar miles de mensajes diferentes. En Internet, la interactividad permite la mezcla de comunicaciones de tipo público, como la radio, tradicionalmente regulada, con comunicaciones privadas, no sometidas a regulación alguna, lo que constituye una de las grandes dificultades para regular este medio.

LA MUTACIÓN DEL CONCEPTO DE AUTOR

Las consecuencias de la democratización de este poder de reproducción están todavía por evaluar. En el mundo real los autores son reconocidos en mayor o menor medida en función de si su obra ha sido publicada o no y del número de ejemplares que ha vendido. Sin embargo en el entorno digital los criterios de reconocimiento de los autores no están tan claros. ¿Lo determina el número de visitas a la página web en que la obra esté “colgada”? Este criterio, sin embargo, no es significativo del número real de oyentes, en nuestro caso, o de la efectiva tirada de una canción determinada del mismo autor.

Se ha escrito mucho de la democratización del poder de publicación como la principal revolución causada por la red Internet. Y en la misma línea se ha afirmado que la red haría desaparecer la jerarquía de valores, fuesen intelectuales, históricos o de prestigio, y que constituía la última etapa de la democratización del saber, puesto que permitía la participación de todos tanto en la elaboración como en la difusión del saber y de la cultura.

Sin embargo hay que realizar dos matizaciones o precisiones. En primer lugar, que la generalización de ese poder de publicación, en cuanto que cualquiera puede “colgar” su trabajo en la Red, vendrá acompañado, probablemente, no de una canalización de la cultura o de una desaparición de criterios

de referencia, sino al contrario, vendrá acompañado de una mayor valoración o una mayor exigencia: a partir de que cualquiera pueda publicar o hacer sonar la música del momento en la Red.

En segundo lugar, la digitalización de fondos oficiales, o los de las grandes productoras musicales, y su puesta a disposición en línea, será una garantía de la fiabilidad del producto. Y sin duda también una fuente de beneficios comerciales. Hace unos años decía, que seguramente en el futuro, haya que relativizar el fenómeno de la “revolución digital” puesto que, probablemente, los grandes grupos de comunicación y las grandes productoras, entonces en un proceso de concentración de empresas, seguirán siendo los detentadores del cuasi-monopolio de la difusión, incluso en Internet. Pues bien, creo que hoy nos encontramos en el cenit de todo este proceso que a lo largo de estos años ha desembocado en nuevas formas de producir, desarrollar y distribuir la música del momento, incluso en Internet.

PROTECCIÓN DEL DERECHO DE AUTOR: ¿FICHAJE DE LOS USUARIOS?

La protección de toda obra en el entorno digital es posible gracias a las medidas técnicas adecuadas, tales como la regulación de los flujos de información o de difusión y de forma indirecta, mediante las técnicas de cifrado y marcado de la obra final. Sin embargo esta protección debe realizarse con el debido respeto o equilibrio al derecho de los usuarios. Entiendo que las mismas técnicas que permiten marcar las obras o protegerlas contra el pirateo pueden ser utilizadas para organizar el fichaje generalizado de los usuarios de Internet.

Dos técnicas convierten el uso de Internet en menos anónimo y libre de lo que se piensa. En primer lugar la utilización de un “protocolo” o lenguaje, denominado TCP/IP, necesario para que las informaciones sean correctamente transferidas de un ordenador a un servidor. Cada demanda efectuada por el usuario de la red contiene igualmente numerosas informaciones sobre el entorno de su ordenador. Estas informaciones son sistemáticamente transmitidas al servidor que memorizará estas informaciones como de “variables del entorno”: la dirección electrónica, la configuración informática, los programas utilizados, así como, evidentemente, la hora y la fecha de la conexión.

En segundo lugar el usuario está identificado por una especie de chivato, denominado en inglés “cookie”, que se compone de un conjunto de variables que el cliente y el servidor se intercambian con motivo de las transferencias

HTTP: estas variables son almacenadas sobre la máquina cliente en un simple fichero de texto. El cookie es en consecuencia un registro de informaciones que permiten al servidor identificar al usuario.

El internauta, como se ve, es identificado desde su primer acceso a la Red, y no existe ningún medio técnico para evitarlo. Es posible determinar la hora exacta de su conexión, la reconstrucción de su itinerario sobre la red, la memorización del tiempo pasado en cada site visitado, cuál es la página o la canción que más ha atraído su atención, saber exactamente lo que ha hecho, si ha consultado, si ha adquirido alguna cosa, si ha copiado un texto o una música, etc. La recopilación de datos se hace bajo la total ignorancia del usuario y en consecuencia sin su consentimiento. Y lo mismo puede ocurrir con el tratamiento de dichos datos e informaciones: la selección de informaciones recogidas, o su cruce con otros ficheros son una fuente de riqueza para el servidor a la hora de conocer los gustos e intereses de los usuarios. Recopilación en la que no existen garantías a cerca de su utilización, que puede llegar a ser incluso para fines comerciales, como así ha ocurrido. Por este motivo otro de los retos jurídicos en relación con el entorno digital e Internet es el relacionado con la protección de los datos.

Como se puede comprobar, por todo lo expuesto hasta ahora, los avances tecnológicos han permitido la aparición de nuevas formas de transmisión digital de las obras a través de redes informáticas, lo que supone nuevas formas de explotación de dichas obras o cambios importantes en las ya existentes. Así se puede mencionar la digitalización, la incorporación a una base de datos, el almacenamiento temporal, la puesta a disposición de la obra *on line*, la grabación en el disco duro del ordenador, la impresión en papel, las páginas web dedicadas a la explotación de las grabaciones musicales gracias a las tecnologías de comprensión (por ejemplo el MP3), etc.

Por tanto, uno de los principales problemas que se plantean es el encaje de los nuevos medios de explotación dentro de los derechos económicos tradicionales de la propiedad intelectual, como la controversia sobre la calificación jurídica de las transmisiones digitales de las obras por Internet: ¿son derechos de reproducción, de comunicación pública o de distribución?

Sin querer entrar en muchas profundidades legales, que no es el objeto de este trabajo, si queremos constatar, que en este sentido, nuestra legislación se rige por el principio interpretativo del artículo 2 LPI y del artículo 17 LPI por el que se atribuye y garantiza al autor, en cualquier caso, “*el ejercicio exclusivo de los derechos de explotación de su obra en cualquiera forma....*” lo que permite dar cabida a nuevas formas de explotación como Internet. Sin

embargo no existe en la normativa internacional del Convenio de Berna un precepto genérico similar, ya que sólo regula derechos específicos de explotación, lo que incrementa la importancia de la inclusión de los nuevos actos de explotación dentro de las categorías tradicionales.

Aparte de reflexiones doctrinales jurídicas, que entiendo que el legislador, en lo que respecta a Internet, no ha puesto demasiado entusiasmo en marcar las pautas de actuación, nos encontramos con que la mayor dificultad a la hora de marcar los derechos de divulgación, vienen precisamente por este medio, por la facilidad que posee para divulgar o poner a disposición del público cualquier obra, que como todos podemos comprobar es relativamente fácil y sencillo, basta con que la obra esté digitalizada y cualquier persona, sin necesidad de grandes conocimientos técnicos o económicos, puede dar a conocer una obra que hasta el momento hubiera estado inédita.

Por lo tanto la primera vulneración que se produce es la de la facultad de decisión del autor sobre la puesta a disposición del público o no de su obra, ya que en el momento en que la obra está en línea su paso a la esfera pública es irreversible. Es evidente que si esta acción se realiza sin su consentimiento éste puede ejercitar todas las medidas de protección o acciones a su alcance igual que en cualquier otra circunstancia.

Pero un segundo problema es la forma en que esta divulgación se produce, porque como hemos visto el autor puede decir en que forma o medio se produce la puesta a disposición del público, y por esa razón puede elegir, incluso excluyendo o prohibiendo determinados medios. Así por ejemplo en Internet existían páginas, como Napster, en que se proporcionaba un determinado programa que permitía el intercambio de archivos musicales en formato MP3 entre los usuarios. Sin embargo, aunque el intercambio de archivos era privado, lo cierto era que el acceso era libre para cualquier persona, en cualquier punto del planeta, lo que planteaba la pregunta de si existía una divulgación o puesta a disposición del público de las canciones, y por otro lado era evidente que no existía un consentimiento expreso de todos y cada uno de los autores para esa determinada forma de divulgación o de explotación.

AUTORES MUSICALES Y SUS SOCIEDADES DE GESTIÓN

Los usuarios de Internet que adquieren música de forma que no es legal, no son realmente usuarios. Para las sociedades de gestión los usuarios son aquellos que, directamente y previo pago de las tarifas correspondientes, uti-

lizan el repertorio con el fin de obtener un beneficio económico. Bien mediante la obtención de publicidad, bien mediante la venta a sus clientes (consumidores). Es decir: los usuarios han dejado de serlo porque se han convertido en consumidores.

La Sociedad General de Autores y Editores (SGAE), es la sociedad de gestión de compositores y autores musicales, que comparten responsabilidades sociales con los editores musicales. Los socios autores lo son de toda índole, tan sólo ha de tratarse de creadores cuyas obras, del tipo que sean, hayan sido estrenadas en el ámbito de la comunicación pública.

Esta clase de sociedades de gestión son colectivas, porque así lo determina la ley. Les aseguro que cuando hay que hablar con una cadena de televisión para fijar las tarifas del año siguiente o solucionar un impago (algo muy habitual) la situación no es la misma si quien lo hace en nombre de los autores tiene la llave de todo el repertorio musical del país.

No nos engañemos. Los únicos interesados en parcelar y reducir a la mínima expresión a las sociedades de gestión de derechos de autor son los grandes grupos de comunicación, los gobiernos con tendencias a favorecer a estos y los supuestos líderes de opinión que, con una clara sintomatología mesiánica, se trasladan a través del favorecedor clima mediático de Internet alegando esto y aquello con el único objetivo de leerse y ser leídos, de oírse y ser oídos.

Por otro lado, conviene señalar, que no reconocer la actividad de promoción del repertorio que realizan las entidades de gestión de derechos de autor y las de propiedad intelectual es dañino para los socios. Pretender, por ejemplo, que las actividades de Fundación Autor están pensadas exclusivamente para una élite de autores es, además de falso, mezquino.

Los sitios de intercambio gratuitos de archivos protegidos deben pasar inmediatamente a la legalidad. Los sistemas de intercambio entre iguales (peer to peer) violan seriamente los derechos atentando, además, contra el sistema que sustenta la cadena de producción de los productos culturales.

Los ciudadanos-usuarios de la Red adictos a los programas de intercambio gratuitos P2P, son los que consumen música sin aportar a cambio ningún valor económico al sistema de producción. Ellos saben que están adquiriendo un producto por el que, hasta el otro día, debían bajar a la tienda y pagar por obtenerlo. Creo que aquí no sirven los argumentos utilizados que pretenden hacer creer que la piratería digital y el no pagar -y sí intercambiar- va a librar a los autores del yugo de la industria.

Les aseguro que de las compañías de discos y de los editores multinacionales no se libra nadie.

Quien quiera creer que comprando en la calle en el top manta e intercambiando de manera gratuita música en Internet lo que se consigue es una cultura mejor, más barata y accesible, se equivoca. Los “revolucionarios tecnológicos” pretenden “tomar” la cultura para los ciudadanos. Estos, tras el período de hambruna analógica en el que los “viles” propietarios de los contenidos les negaban el alimento del espíritu (los productos culturales), podrán -tras el triunfo de la revolución tecnológica de la Era Digital- arrebatar el control de los alimentos a sus ilegítimos “propietarios” (los autores). Porque ¿es lícito que la cultura tenga dueño?

A mí, lo que no me parece lícito es que me obliguen a regalar lo que es mío. Y lo que me parece escandaloso es que alguien se empeñe en decirme cómo debo ganarme la vida. Es decir: que componga canciones, las regale y me dedique a actuar. Todavía hay personas que se extrañan de que la composición deba ser remunerada.

Hay que entender, por qué estos profesionales se niegan a ser recluidos en los estudios de grabación para realizar una copia que luego, las mafias e Internet, se encargarán de difundir para que más tarde, con un poco de suerte, sientan la llamada de los ayuntamientos o algún que otro romántico promotor para contratarlos y actuar en directo. La intervención artística en un espectáculo musical tiene unas características y una retribución independiente de la relacionada con la composición. Es, incluso, probable que el propietario de la canción interpretada ni siquiera se encuentre sobre el escenario.

Cuando en 1999 se oyó hablar por primera vez del P2P y de Napster algunos tuvimos claro, y lo dijimos, que sus desarrolladores, además de haber realizado un magnífico invento, habían basado su modelo de negocio única y exclusivamente en su capacidad para “venderle la vaca a la propia industria”. Que ironía aquella, precisamente, cuya muerte había animado a millones de consumidores en el mundo a utilizar Napster.

Los usuarios de Internet que adquieren música de forma que no es legal, no son realmente usuarios, como ya hemos dicho anteriormente. Insistimos: para las sociedades de gestión los usuarios son aquellos que, directamente y previo pago de las tarifas correspondientes, utilizan el repertorio con el fin de obtener un beneficio económico, bien mediante la obtención de la publicidad, bien mediante la venta a sus clientes (consumidores). Es decir: los usuarios han dejado de serlo porque se han convertido en consumidores.

Entiendo, que los que utilizan programas de intercambio gratuitos de archivos, ignorando a los usuarios, no son otra cosa que consumidores que pagan cero euros por la música que han adquirido. El daño que están produ-

ciendo a los trabajadores de la cultura, la industria, el mercado cultural y a la economía del Estado será, con el tiempo, equiparable a la que han venido produciendo durante los últimos años la piratería analógica del top manta y los mochileros. Porque, ¿qué tipo de consumidor es el que paga cero euros por los productos con los que ha llenado la cesta de la compra? Y ¿cómo se sostiene un mercado formado por este tipo de consumidores?

Se acusa a los legisladores de no estar atentos a la realidad, de ponerle puertas al campo y de que, con su actitud y comportamiento, están retrasando y perjudicando de forma seria el avance y el futuro de la Sociedad del Conocimiento. Se les acusa de mirar sólo por los intereses de los autores -no hay que olvidar a los productores-, en detrimento de los consumidores. Por otro lado, se repite, una y otra vez, que ésta situación está siendo provocada por una “minoría” a la que se califica de “elitista” y a la que se acusa de ejercer la “dictadura del culturretariado”.

Lo único cierto y comprobado es que la falta de concreción tanto en la redacción del borrador de la Ley de Propiedad Intelectual y en la redacción del anterior Código Civil, ha permitido a las mafias enriquecerse estafando a los creadores, a la industria, al Estado y, lo que es peor, poner en práctica la explotación de los inmigrantes con la complicidad inconsciente de los ciudadanos.

PROPIEDAD INTELECTUAL, DERECHOS DE AUTOR Y *COPYLEFT*

Las licencias *copyleft* -consecuencia natural de la realidad digital que vivimos-, jurídicamente aceptadas en España y otros veinte países, se basan en el principio ideológico de la creación en común y el intercambio libre y gratuito previo consentimiento. Se trata de una licencia de uso compartido, también llamada individualizada o diferenciada.

Lawrence Lessig diseñó este nuevo tipo de licencia para que los autores puedan autorizar la copia, distribución, comunicación pública y transformación gratuita de sus obras a cambio de cumplir ciertas condiciones como son el reconocimiento de la autoría, no utilizarlo con fines comerciales y, en el caso de que se produzca transformación, aplicar a la obra resultante el mismo tipo de licencia Creative Commons del producto original. Así, mientras las obras licenciadas con *copyright* (C), se presentan acompañadas por la leyenda *All Rights Reserved*, las *copyleft* (CC) lo hacen con la de *Some Rights Reserved*.

Personalmente estimo que no hay nada perjudicial en el hecho de que los aficionados a la música intercambien las canciones que han compuesto con otros aficionados. Realmente me parece beneficioso para la música. Creo que es bueno que aparezcan, además, nuevas herramientas que controlen, supuestamente, el posible lucro, por parte de terceros, de estas obras. Los autores deben aceptar las licencias de uso compartido como el buque insignia del “melomanismo” digital: allí donde hay un consumidor hay un gran aficionado que, además, podrá también convertirse en creador y “mercadear” con su obra -si pueden y le dejan- del modo que le parezca más oportuno.

Sin embargo, las licencias *copyleft*, aunque son una gran oportunidad para que los autores que no pueden, o no desean ser profesionales promocionen sus obras en Internet, no pueden, al menos por ahora, ofrecer obras que sean fruto del esfuerzo creativo de quien hace de su actividad artística su medio de vida y, además, eliminan la gestión colectiva puesto que, al tratarse de transacciones individualizadas, cada uno fija el precio que mejor le convenga. Algo que, como ya hemos dicho, conduce inexorablemente a la pérdida de la propiedad de la obra por el autor.

Es interesante resaltar que, por ejemplo, en España si los autores conservan el 50% de derechos de autor es porque la Sociedad General de Autores y Editores (SGAE) impide a los autores quedarse con más.

Puedo asegurar que Internet es lo que los autores llevaban esperando toda la vida. Pueden componer con otros músicos, mostrar, promocionar, distribuir y vender sus propias canciones con mayor o menor dificultad. El futuro de estos profesionales camina por la senda que marca Internet. Quieren a Internet, siempre que ese amor no los aplaste. Internet ofrece la posibilidad de liberarse del yugo de las compañías discográficas y de las editoriales multinacionales.

Los autores, por desgracia, lo van a tener peor, porque la incorporación a las nuevas tecnologías aplicadas a Internet es difícil y lenta. Los autores deberían tomarse más en serio su presencia en Internet y considerarlo como el instrumento -desde la aparición del piano- más completo y potente que ha sido puesto en sus manos. Las encuestas indican que el 60% de los músicos españoles carecen de página web propia, que tan sólo el 30% de ellos disponen de servicios profesionales para el mantenimiento y actualización de la misma, y que únicamente el 13% dispone de recursos especializados para la difusión de sus actividades en Internet.

Los profesionales de la música creen en Internet, pero existe una preocupación importante cuando se habla del impedimento de seguir la suerte de sus

obras. En una palabra, despojarlos de los derechos que tienen sobre su repertorio. De obviar que los contenidos tienen propietarios y que productores y autores son los propietarios de los contenidos -musicales en este caso- que circulan por Internet.

Los autores han apoyado y apoyan de una manera entusiasta el Plan Integral contra la Piratería si, de manera efectiva, están vinculados el mayor número posible de instituciones públicas, ya sean a nivel estatal, comunitario, o local y por supuesto la propia sociedad.

Concienciar a la comunidad de Internet de que la piratería es un robo se antoja como una tarea fundamental. Y es un robo porque, en definitiva, se trata de apropiarse de algo que no es tuyo. El distribuir ilegalmente música en Internet no difiere en absoluto de sustraer un CD de unos grandes almacenes.

El problema radica en el propio concepto de Internet, el cual nació bajo el gratis total que desembocó con la explosión de la burbuja tecnológica.

Se vendió la red como un propagador de información y conocimiento jamás antes conocido. Y claro que lo es, pero conviene no olvidar que para que sigan apareciendo nuevos contenidos es necesario cuidar a sus creadores, los cuales deben ser incentivados convenientemente para que realicen su labor.

¿Qué sería Internet sin contenidos? Desde luego, mucho menos de como lo entendemos ahora.

Hasta hace bien poco España era considerada un referente en cuanto al desarrollo musical y cultural, y la aparición de nuevos talentos se producía a buen ritmo. Ahora mismo, la piratería afecta no solamente a un dato frío como son las ventas, sino también a todos aquéllos que viven de la música, que en España se cuentan en decenas de miles de familias.

El proceso es sencillo: las ventas bajan, las discográficas tienen menos dinero para invertir, y una de las partidas de las que se recorta es en la producción de nuevos grupos. Las cifras son claras en este sentido: el año pasado, en España han surgido un 30% menos de nuevos talentos musicales.

Las iniciativas que por parte de los sectores del contenido, no sólo musical, se están llevando a cabo abarcan desde anuncios en medios tradicionales a sitios web dedicados *ex profeso* a esta finalidad. Cabe destacar aquí a www.pro-music.org que entre otras muchas cosas, muestra un repertorio actualizado con todos los servicios legítimos del mundo.

Otras acciones, en cierto modo también concienciatorias, llevadas a cabo por la industria musical son la de influir políticamente con el fin de

rebajar el IVA de la música, o la comunicación oficial a empresas o instituciones académicas para que hagan saber a sus empleados y alumnos la no conveniencia de utilizar la infraestructura técnica de su trabajo o lugar de estudio para piratear en Internet.

Para terminar, un dato concluyente: España pasó a engrosar en 2005 la lista de los 10 países que más problemas tienen con la piratería, junto a otros latinoamericanos, del este europeo y del sudeste asiático, países que se encuentran muy lejos de nuestro nivel de desarrollo.

CONCLUSIONES

La piratería en Internet es un gran quebradero de cabeza para la industria musical, pero es solucionable a medio plazo si aplicamos un correcto equilibrio entre las prestaciones a percibir por los creadores y el avance que debe experimentar toda sociedad sana. Quizá por esto, a la hora de legislar, una regla de oro sea el concederse el tiempo necesario para evitar hacer más daño del que se intenta aliviar. En el estado actual de las cosas, una espera prudencial sería conveniente para ver hacia dónde va a parar el mercado de los contenidos en Internet.

Unos contenidos que, si bien están liderados actualmente en su vertiente negativa por la música, están conformados también por otros sectores importantes como la industria cinematográfica, la cual está empezando a experimentar similares problemas a los que la industria musical lleva padeciendo desde hace algún tiempo. La causa principal es la generalización de la banda ancha, que está acortando de manera espectacular los tiempos de descarga de material pesado como las películas.

Internet está abriendo un amplio abanico de posibilidades, como lo que se ha dado en llamar *copyleft* o libre distribución de contenidos sin derechos. El *copyleft* va a ayudar sobremanera a todos aquellos grupos que deseen promocionar por ellos mismos su trabajo en Internet. No obstante conviene recordar que la gran mayoría de música que se piratea en Internet pertenece a artistas famosos promocionados por productoras, sin cuya labor se hace infinitamente más difícil que un trabajo pueda ser conocido por el público.

BIBLIOGRAFIA

- BECKER, J., "Multimedia y pluralidad de entidades de gestión.¿Cuál es el futuro?", en El Derecho de propiedad intelectual y las nuevas tecnologías, colección Análisis y Documentos, núm 10, Ministerio de Cultura, Madrid, 1996, pp. 111 y ss.
- BENGOZZI, P., «L'industrie de la musique a l'age d' Internet. Nouveaux enjeux, nouveaux modiles, nouvelles strategies». Gestión 2000. 2001.
- CONSEJO EUROPEO, "La lucha contra la piratería sonora y audiovisual". Bruselas, 1997.
- DELGADO PORRAS, A., "Los productores multimedia: ¿un nuevo género de obras?", en III Congreso Iberoamericano sobre derecho de autor y derechos conexos. Montevideo, 1997, pp. 257 y ss.
- ERDOZAN, J. C., "Derechos de autor y propiedad intelectual en Internet", Ed. Tecnos, 2002.
- GARROTE FERNÁNDEZ-DÍEZ, I., "Propiedad Intelectual en Internet: el derecho a establecer enlaces en w.w.w", Pe.i., núm 1, 1999, pp. 67 y ss.
- LEFEUVRE, G., " Le producteur de disques" Editions Dixit. 1998.
- LLANEZA GONZÁLEZ, P., "Internet y comunicaciones digitales". Ed Bosch 2000.
- RIBERA BLANES, E., "El derecho de reproducción en la propiedad intelectual". Ed. Dykinson, 2002.

PAGINAS WEB DE REFERENCIA

"a 2b music Technology", disponible en:
<http://www.a2bmusic.com/technology.asp>

"Napster eclipsed by newcomers", disponible en:
<http://www.wired.com/news/print/0,1294,46596,00.html>