

Proteger el contenido creativo puede estimular el desarrollo en la era digital

# Música por amor al arte

Cientes en una tienda de Apple en Dalian, provincia de Liaoning, China.

*Patrick Kabanda*

LOS DERECHOS de propiedad intelectual datan del antiguo Egipto. En una rara lápida egipcia del año 2000 AC exhibida en el Louvre, Irtyzen, un gran escriba y escultor de la época, alardea sobre los secretos de su oficio. ¿Cómo preservaría este artista la propiedad de sus técnicas y se ganaría la vida en el mundo digital actual?

La manera en que usamos la tecnología de hoy desconcertaría a Irtyzen. En el metro los pasajeros envían mensajes de textos mientras por auriculares escuchan música que nadie sabe si lo hacen legalmente o no. Lo que sí se sabe es que la tecnología facilita la copia y transmisión del trabajo creativo: la captura e intercambio están a la orden del día.

## Música barata

Cuando introdujo iTunes en 2001, Apple dio paso al sencillo digital barato. En aproximadamente una década, las ventas de música se desmoronaron de USD 11.800 millones en 2003 a USD 7.100 millones en 2012 (Covert, 2013). Al mismo tiempo, el comercio mundial de bienes y servicios creativos alcanzó un monto récord de USD 624.000 millones en 2011, según la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. Para proteger el ingreso de artistas y creadores e impulsar la economía de la creatividad, la protección y la remuneración justa son esenciales.

Por primera vez en 2015 la música digital generó más ingresos que los formatos físicos, con un aumento de 3,2%, a USD 15.000 millones, el primer salto interanual del crecimiento en casi 20 años (IFPI, 2016). Según la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI, por sus siglas en inglés) los ingresos digitales aumentaron 10,2%, a USD 6.700 millones. Lo

bueno es que un incremento de 45,2% en los ingresos por *streaming* compensó con creces la reducción en descargas y ventas físicas. Pero la industria está atascada en una brecha de valor: un desfase entre música que genera dinero y otra gran cantidad de música que no es rentable para los artistas y empresas creativas.

Si pudieran sacar provecho de su riqueza cultural, las economías en desarrollo podrían propulsar el desarrollo, aliviar el desempleo juvenil y promover la diversificación. Pero la piratería, endémica en las economías en desarrollo y avanzadas, es una amenaza.

La piratería digital es difícil de erradicar porque está en constante evolución. La música se distribuye sin autorización en plataformas como Tumblr y Twitter, servicios sin licencia de almacenamiento de datos (*cyberlockers*) e intercambio de archivos en BitTorrent. La IFPI calcula que “en 2014 hubo 4.000 millones de descargas de música solo en BitTorrent”, en su mayoría ilegales (IFPI, 2015). La “Campaña Especial” china para acabar con las violaciones e instar a las empresas a crear conciencia sobre los derechos de propiedad intelectual, aunque no es perfecta, es un ejemplo de cómo abordar el problema (Brodbeck, 2015).

## ¿Reglas de publicidad injustas?

Hoy el iPhone es como un estudio de bolsillo que permite filmar videos y subirlos fácilmente a YouTube. Ya sea una versión de “Para Elisa” interpretada por un gato pianista o por un concertista, la viralización de los videos puede generar dinero. Para un artista, una manera de triunfar es asociarse con YouTube y cederle una porción de sus ingresos de publicidad (Johnston, 2013).

Pero a veces los anunciantes, incluidas marcas conocidas, terminan en sitios que violan los derechos de autor. Un estudio de 2014 de MediaLink mostró que “596 sitios infractores generaban USD 227 millones al año en ingresos por publicidad”, que beneficiaban a los participantes pero no a los escritores, intérpretes y productores de la música (IFPI, 2015).

## Usar los derechos de propiedad intelectual para promover el sector creativo brinda una enorme oportunidad de desarrollo.

### Licencia libre

Es difícil cuantificar las pérdidas por piratería. La economía no se ve necesariamente perjudicada (los consumidores pueden gastar su dinero en otra cosa). “Si alguien descarga ilegalmente un película o canción que de otro modo nunca habría descargado, no está claro a cuánto ascienden las pérdidas (los beneficios, en cambio, son muy claros)” (Plumer, 2012).

Proteger estrictamente la propiedad intelectual también puede empeorar la brecha de conocimiento entre países ricos y pobres. El Acuerdo de la Organización Mundial del Comercio sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) que “promueve una protección más estricta de la propiedad intelectual fue claramente una respuesta a la presión de empresas occidentales propietarias y creadoras de propiedad intelectual, como empresas farmacéuticas, de entretenimiento y *software*” (Lester *et al.*, 2008). El acuerdo procura ayudar a todos los países a facilitar el comercio internacional mediante la protección de la propiedad intelectual, pero aun cuando algunas economías en desarrollo han pedido exenciones, muchas aún no han obtenido beneficios sustanciales del sistema.

Y hay un costo. Los derechos de propiedad pueden alentar a las empresas a invertir en productos intelectuales, pero los costos de litigios y cumplimiento de la ley, por ejemplo, pueden socavar tales esfuerzos, así como los incentivos para que los gobiernos inviertan en regímenes robustos de derechos de propiedad intelectual, en particular en economías en desarrollo.

### Derechos de autor para el desarrollo

Hay que analizar en detalle los beneficios y costos para el desarrollo. La tan mencionada brecha del conocimiento (en relación con el ADPIC) es de Occidente contra el resto, pero tiene otra arista. Por ejemplo, cuando el conocimiento creativo y tradicional de las economías en desarrollo se explota en marcas o violaciones de derechos de autor en Occidente, apenas si se mencionan las implicaciones para el desarrollo. Quizá la economía en general no se vea perjudicada, pero los artistas pobres sí.

La formulación constructiva de políticas ha de considerar cómo el ADPIC puede beneficiar a economías desarrolladas y en desarrollo, y diferenciar entre la protección de obras creativas y productos farmacéuticos, por ejemplo.

Y no es solo cuestión de incentivos y castigos. A muchos artistas les cuesta sobrevivir pese a contribuir al bienestar

económico y social. Algunas empresas tecnológicas y superestrellas hicieron fortunas en la era digital, pero —según el economista y cantante Jason Shogren— para ganar el salario mínimo se necesita que la canción se reproduzca 4 millones de veces (*plays*) en Spotify (Timberg, 2015).

A su vez, un artista que vende 150 CD grabados por sí mismo a USD 9,99 cada uno, ganaría casi USD 1.500. Eso es mejor que esperar los 4 millones de reproducciones. Spotify paga en promedio entre USD 0,006 y USD 0,0084 a los titulares de los derechos por cada reproducción (Plaugic, 2015). Shogren afirma que tras descontar los costos de administración y otros costos, solo los artistas más conocidos ganan buen dinero. “Los artistas más populares acumulan millones de reproducciones en Spotify, lo que se traduce en mucho dinero. Drake fue el artista más escuchado en Spotify en 2015” (unos 1.800 millones de reproducciones, que le generaron cerca de USD 15 millones) (Plaugic, 2015).

Usar los derechos de propiedad intelectual para promover el sector creativo brinda una enorme oportunidad de desarrollo, pero requiere financiamiento y una nueva mentalidad. Las economías en desarrollo deben dejar atrás la idea de que el trabajo creativo carece de valor para el desarrollo o de potencial económico.

Irtyzen nos recuerda que no solo las industrias extractivas necesitan infraestructura, exoneraciones fiscales, inversión directa extranjera e interna, y demás. Nuestra economía basada cada vez más en el conocimiento debe aprovechar la abundante riqueza creativa de las personas para impulsar el desarrollo, con herramientas como la asignación de recursos ya escasos a la infraestructura, ventajas fiscales, estructuras para recaudar tarifas locales y mundiales y una distribución equitativa. Los organismos internacionales de desarrollo también pueden contribuir en los aspectos financieros y técnicos para respaldar el trabajo creativo en pro del desarrollo en la era digital. ■

*Patrick Kabanda es Asesor de la Oficina del Vicepresidente Principal y Economista Principal del Banco Mundial, y está escribiendo un libro basado en su documento de trabajo “The Creative Wealth of Nations”.*

### Referencias:

Brodbeck, Vincent, 2015, “Streaming Media and Curbing Digital Piracy in China”, *Boston University Journal of Science and Technology Law*, vol. 19, No. 1.

Covert, Adrian, 2013, “A Decade of iTunes Singles Killed the Music Industry”, *CNNMoney*, 25 de abril.

Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI, por sus siglas en inglés), 2016, *Global Music Report 2016* (Londres).

———, 2015, *Digital Music Report 2015* (Londres).

Johnston, Michael, 2013, “How to Make Money on YouTube: 101 YouTube Monetization Tips”, *MonetizeProz*, 7 de mayo.

Lester, Simon, y Bryan Mercurio, con Arwel Davies y Kala Leitner, 2008, *World Trade Law: Text, Materials and Commentary* (Portland, Oregón: Hart Publishing).

Plaugic, Lizzie, 2015, “Spotify’s Year in Music Shows Just How Little We Pay Artists for Their Music”, *The Verge*, 7 de diciembre.

Plumer, Brad, 2012, “SOPA: How Much Does Online Piracy Really Cost the Economy?”, *Washington Post*, 5 de enero.

Timberg, Scott, 2015, *Culture Crash: The Killing of the Creative Class* (Nueva Haven, Connecticut: Yale University Press).