

PONENCIA EN LA JORNADA "RETOS DIGITALES"

Algunos desafíos en el campo de la gestión actual de los derechos de Propiedad Intelectual desde el punto de vista del creador

Por **Ainara LeGardon**
www.ainaralegardon.com

Texto publicado en enero del 2015 bajo una licencia CC BY-NC-SA 3.0: Se puede difundir, estudiar y modificar libremente, siempre que se acredite a la autora, no exista ánimo de lucro y las obras derivadas se redistribuyan con la misma licencia que la obra original.

El **Institut Català de les Empreses Culturals (ICEC)** me ha invitado a participar como ponente en la **Jornada sobre Propiedad Intelectual "Retos Digitales"**, que se celebra el 22 de enero en Barcelona.

Entre políticos, catedráticos, abogados y expertos en marketing cultural, soy la única autora. Es de agradecer que los organizadores hayan tenido en cuenta mi perfil a la hora de proponer mi participación, pero no deja de sorprenderme lo excepcional de la situación, ya que en prácticamente ningún debate que se produce a este nivel, los autores tenemos oportunidad de exponer nuestro sentir desde la tribuna.

Es de vital importancia que el colectivo de creadores tenga representación en una jornada en la que se expondrán ideas y se dialogará sobre un asunto del que somos protagonistas: nuestras obras, nuestros derechos, y en definitiva nuestras pulsiones, **nuestra forma de vivir, de ser.**

Por tanto, siento el deseo –y también la obligación– de hablar en este entorno desde la posición del creador, con la circunstancia añadida, casual o no, de que seré la última en participar, justo antes de las conclusiones y la clausura tras casi diez horas de intensas charlas. Quizá mis palabras puedan poner en contexto las de los expertos que anteriormente habrán arrojado luz sobre los necesarios aunque fríos tecnicismos que bañan las nuevas normativas europeas, los informes acerca del impacto de la tecnología sobre los derechos de autor, y un sinnúmero de evaluaciones y recomendaciones referentes a las industrias creativas.

Soy consciente de que el término "industrias creativas", y otros como "consumidor", "producto", "medidas de estrategia", "negocio musical", etc. están más que integrados en el discurso habitual de los expertos, pero no puedo evitar desear cambiarlos por otras expresiones más acordes con la naturaleza de una obra artística, que no se consume, sino que se disfruta; que no es un producto, sino una experiencia en proceso.

Hablaré desde el punto de vista de un trabajador cuya empresa (entendiendo esta palabra en su más amplio sentido –*acción o tarea que entraña dificultad y cuya ejecución requiere decisión y esfuerzo; designio de hacer algo*–) no podrá quebrar nunca, sencillamente porque **un artista no es capaz de dejar de serlo. No está en su mano dejar de crear.**

El músico y escritor **Josep Lluís Galiana** decía en un artículo publicado en la revista **Sul Ponticello**¹: *"Jugar con desventaja no ayudará a que músicos y artistas puedan vivir de su profesión y seguir creando, sin embargo, ellos no van a dejar de subir a los escenarios o de actuar en las calles [...], porque ellos no van a dejar de expresar, de proponer y de decir todo aquello que necesitan expresar, proponer y decir, porque no existen impuestos, normas, decretos, ordenanzas, prohibiciones, ni leyes que puedan detener la gran marea de la creatividad y la irrefrenable necesidad de provocar nuevas experiencias estéticas que redundarán afortunada e inevitablemente en la formación del gusto y de la sensibilidad estética de los públicos."*

Mediante estas palabras **Galiana** deja clara la naturaleza del artista, y toca el tema de la formación de públicos, al que más adelante me referiré.

La primera clave que me ha sido propuesta para el desarrollo de mi ponencia entraña la siguiente cuestión:

“¿Cuál es el comportamiento de la audiencia en Internet? El consumidor ya no solo recibe, también quiere crear y aportar”

En efecto, aunque matizaría que ese hecho no es característico exclusivamente de la era de Internet. Lo que la red ha propiciado ha sido la democratización del acceso a los bienes culturales y la comunicación casi directa del creador con los seguidores, contacto fundamental y muy enriquecedor. En mi opinión debemos congratularnos por la **caída de la antigua jerarquía entre artista y público**. La música, el arte, es un **proceso de interacción, reflexión y evolución en el que artistas y público creamos juntos**. O, al menos, así debería ser.

En el nuevo entorno digital la transmisión de información es más fácil y rápida que nunca, y los creadores encontramos nuevas opciones. Lo que no debemos perder de vista es que la materia prima con la que trabajamos, intangible y tan preciada, es la misma de toda la vida: nuestro corazón, nuestras ideas (aunque el objeto de protección no sean las ideas en sí, sino la plasmación de éstas). El reto de los autores en este contexto es **no dejarnos condicionar por los nuevos modelos y formatos a la hora de crear** (actualmente se ofertan incluso algunos cursos en los que se “enseña a crear una obra musical orientada al marketing y consumo digital”). Debemos tomar estos modelos y formatos como las **valiosas herramientas** que son, pero **sin permitir que nos limiten**, pues este entorno puede llegar a hacer de la experiencia musical algo inocuo y con obsolescencia programada.

La alerta, también, ha de estar puesta en esos nuevos **intermediarios imposibles de eludir** llamados **Google, Youtube** y demás plataformas que son, en la actualidad, los eslabones de la cadena que más se benefician de esta industria. Muy frecuentemente ejercen presión sobre los creadores, que se ven forzados a **decidir entre estar presentes en estos canales o mantenerse fieles a sus principios** ².

Una **moderna jerarquía** ha surgido en torno a las nuevas formas de distribución. Los agregadores o distribuidoras digitales se han convertido en un mediador ineludible para que nuestra música esté a disposición a través de **Spotify, Deezer, iTunes, Amazon** y otros gigantes que son ahora las tiendas a las que acudimos (con un almacén casi infinito), y a la vez, nuestros tocadiscos. **La dependencia y subordinación** que caracterizan a una relación jerárquica son ahora diferentes, pero **siguen existiendo. Y los desequilibrios, económicos y de poder, también**. (Que las grandes discográficas sean socias de **Spotify**, explica muchas cuestiones que los artistas no dejan de plantearse ³).

La interacción respetuosa entre autores y público

Otro reto importante en este sentido es la **concienciación** y la **formación** del público, la creación de audiencias con criterio y el fomento de **la interacción respetuosa entre autores y público**. Este desafío se presenta, no obstante, como una tarea nada fácil de lograr ni en el ámbito de la red, ni fuera de ella. Lidiamos con un modelo de negocio en el que imperan los grandes festivales y la tiranía del acceso "aquí y ahora", con espectadores acostumbrados a la **aglomeración** y al **consumo de forma masiva, rápida e irreflexiva**. ¿Quién no se perdería en esos almacenes virtuales cuasi infinitos y de acceso instantáneo? ⁴ No permitamos que el público se convierta en mero receptor sin capacidad crítica. **Que cree, que aporte, que comparta**, y que los creadores y los demás agentes culturales no lo percibamos como una amenaza.

Otra de las claves planteadas es:

"¿Qué impacto tiene esto en el amateurismo y la profesionalidad?"

Si atendemos a la raíz del término, **amateur** significa "**el que ama**". Es, pues, quien realiza una actividad motivado por la **vocación**, la pasión y el amor, aunque no cobre por ello. ¿Significa esto que el artista **profesional**, al percibir una remuneración por su trabajo, ya no ama lo que hace y "*finje los orgasmos creativos*"? ¿Entonces, **por qué confrontar amateurismo y profesionalidad**? Esta comparación, además, se ve coloreada en ocasiones por un tinte peyorativo al hablar del amateur, aportando un supuesto estatus de superioridad al profesional.

Sin duda, la situación ideal sería la de poder desarrollar la creación con el amor de un amateur, pero con la dedicación en términos de tiempo, esfuerzo y energía, de un profesional que no ha de cubrir su jornada laboral con otro oficio que le dé de comer. **Otro reto histórico**.

No es lo mismo vivir de algo que comer de algo. Puedo decir con orgullo que nunca he permitido que los oficios que me daban de comer me apartaran un solo ápice de mi deber para con mi verdadero trabajo. He sido consciente de mi **grado de compromiso** con la música, y la **responsabilidad** de estar a su altura. Y como yo, afortunadamente, otros muchísimos artistas que han sacrificado comodidad y estabilidad económica en pos del desarrollo de sus verdaderas carreras. En pos de la auténtica estabilidad, tal como yo la entiendo y experimento.

Mientras escribo estas palabras, me vienen a la memoria las de **H.D. Thoreau**, que en una carta fechada en 1853 se disculpaba por no haber podido responder antes a su interlocutor, ya que sus jornadas de trabajo realizando mediciones topográficas no le dejaban tiempo para otros asuntos. En esa época **Thoreau** tuvo que prescindir de dar conferencias y se vio

obligado a aceptar trabajos “beneficiosos desde un punto de vista pecuniario, aunque poco beneficiosos desde otros puntos de vista más importantes”, porque apenas le llegaba para costearse el libro que había mandado a imprenta. Me parece interesante destacar la entrada en su diario del 28 de octubre de 1853:

*«Durante uno o dos años, mi editor, así llamado erróneamente, me ha escrito de vez en cuando para preguntarme qué debía hacer con los ejemplares de “Una semana a la orilla del Concord y del Merrimack” que quedan, y finalmente me ha indicado que necesitaba el espacio que ocupaban en su sótano. Así que le pedí que me enviara todos aquí y han llegado hoy, por correo urgente: 706 ejemplares de una edición de 1000 que compré a Munroe hace cuatro años, y que sigo pagando. [...] De los restantes doscientos noventa y pico ejemplares, se regalaron 75 y el resto se vendieron. Ahora tengo una biblioteca de más de novecientos libros, de los cuales setecientos y pico han sido escritos por mí. **¿No es correcto que el autor reciba los frutos de su trabajo?** Mis obras están apiladas a un lado de la habitación en un montón que me llega casi a la cabeza: mi opera omnia. **Eso es autoría; ésas son la obra de mi cerebro.** [...] Ahora puedo ver para qué he escrito, el resultado de mis esfuerzos. Sin embargo, y a pesar de este resultado, me siento junto a la masa inerte de mis obras y **cojo la pluma para anotar los pensamientos o experiencias que haya tenido con la misma satisfacción de siempre**».*

Siguiendo con la disquisición, en el blog ⁵ que ha habilitado la organización de esta jornada, se puede acceder a una entrevista con **Enrique Gómez Piñeiro**, actual Director General de **SGAE**, en la que recalca que *“la afirmación tantas veces escuchada de que el derecho de autor es el salario del creador no es ninguna frase vacía o exagerada. Es la pura realidad. Los autores perciben la mayor parte de sus ingresos a través de las cesiones o licencias que hacen de sus derechos de autor. [...] Los músicos, por ejemplo, viven de los derechos de comunicación pública, que se generan cuando sus obras suenan en la televisión, en la radio, en Internet o cuando dan un concierto.”*

Lamento estar en desacuerdo. **La mayoría de los autores no vive de los derechos de autor.** Según las cifras que muestra la propia entidad (datos de noviembre del 2011, publicados en su página web ⁶), **el 42,41 % de los socios no ha generado nunca derechos** de autor, y el **46,44 %** de los socios cuyo repertorio ha producido derechos alguna vez **no alcanza el salario mínimo interprofesional** en los últimos cuatro años.

(Al margen de “Los conciertos de Radio 3” no recuerdo ya el último programa de televisión en el que se daba cabida a música de autores independientes. Sí recuerdo, sin embargo, las noticias denunciando las prácticas poco éticas por parte de unos algunos autores y unas pocas editoriales que se reparten el negocio de la música en programas nocturnos).

La entrevista con **Piñeiro** prosigue: *“Sin derechos de autor no hay remuneración para el creador y sin remuneración no hay creación”.*

No sé de qué tipo de autores habla, pero decididamente no de los que yo conozco. No vivimos de los derechos de autor, pero afortunadamente ese hecho no nos va a frenar.

Sin embargo los autores necesitamos que alguien esté de nuestro lado y nos acompañe en nuestra lucha diaria:

Que se realice una **gestión eficaz de los derechos y que éstos lleguen a los legítimos titulares;**

Que se aproveche la innovación tecnológica existente hoy en día para destinarla a un **eficiente reconocimiento e identificación de las obras**, abandonando el sistema de sondeos;

Que se mire a Europa y se tome el ejemplo de otros países, como Holanda, cuya entidad de gestión **BUMA/STEMRA** fue la primera en **adoptar un proyecto piloto en colaboración con Creative Commons** (2007) ⁷ y en alcanzar los estándares de calidad de la **European Contact Centre Standard** por su **transparencia, eficiencia y calidad** de los servicios ofrecidos (2014) ⁸;

Que se otorgue un **mayor poder de representación a los socios**, ampliando el número de los miembros con derecho a voto;

Que se trabaje por la transparencia y por **erradicar las prácticas poco éticas**, cuyas denuncias estamos tristemente acostumbrados a leer en los noticieros ⁹;

Que se **flexibilice nuestro modelo de gestión** para que a él puedan acceder los **autores libres** ¹⁰ y, en todo caso, que se replantee la gestión colectiva obligatoria que marca la ley, y que se tenga en cuenta el derecho del autor a decidir si quiere o no proteger su obra, en aras de un servicio justo para todos.

Éstos, en mi opinión, son los verdaderos **retos en el campo de la gestión actual de los derechos de Propiedad Intelectual**. Los desafíos que nos pueden ayudar a lograr esa profesionalización de la que algunos hablan, permitiéndonos seguir desempeñando nuestro *amado* trabajo en las mejores condiciones posibles, para lograr el **objetivo de cualquier proceso creativo: alimentar, emocionar e inspirar**.

Ainara LeGardou

Irun, 21 de enero del 2015.

Referencias

- ¹ <http://www.sulponticello.com/el-publico-no-tiene-gusto/>
- ² <http://zoekeating.tumblr.com/post/108898194009/what-should-i-do-about-youtube>
- ³ <http://www.enriquedans.com/2013/10/la-culpa-no-es-de-spotify-es-de-los-de-siempre.html>
- ⁴ <https://musicindustryblog.wordpress.com/2013/10/02/the-complexity-coefficient-listen-services-and-the-tyranny-of-choice/>
- ⁵ <http://ipdigital.cat/es/blog/>
- ⁶ <http://www.sgae.es/la-comision-de-la-reforma-electoral-de-la-sgae-presenta-sus-conclusiones-2/>
- ⁷ <http://creativecommons.org/weblog/entry/7622>
- ⁸ <http://www.authorsocieties.eu/mediaroom/168/33/Buma-Stemra-to-comply-with-the-European-quality-standard-ECCS>
- ⁹ http://cultura.elpais.com/cultura/2013/03/15/actualidad/1363380899_078784.html
- ¹⁰ http://www.ainaralegardon.com/wp-content/uploads/2014/11/Otro_modelo_es_posible_Ainara_LeGardon.pdf

Agradecimientos

Gracias a Wade Matthews, Álvaro Barriuso, David G. Aristegui, Alejandro Vera Palencia, David Gotxicoa y Rafael Rodrigo.