

## LIBERTAD DE LOS USUARIOS Y DERECHOS DE AUTOR: UNA JUNGLA LLAMADA A SER PARQUE TEMÁTICO

Ponencia presentada en el XXV Congreso Internacional de Comunicación, *Modelos de negocio para una economía digital: el valor de los contenidos*, Universidad de Navarra, 25 y 26 de noviembre de 2010



Ana Azurmendi  
Universidad de Navarra

Me corresponde hablar de un tema “Libertad de los usuarios y derechos de autor” sobre el que todos y cada uno de nosotros tenemos seguramente muchas ideas, bastantes conversaciones con amigos y colegas sobre las entidades de gestión, el canon –ahora ilegal-, y la percepción de que hay mucho lío: que lo hay, porque estamos en medio de una guerra en plena jungla.

Es indispensable desembrollar este entuerto de usuarios, de representantes de la industria audiovisual, y de abogados porque todos argumentan de modo convincente pero sus argumentos son contradictorios entre sí. Para eso voy a acudir a tres parámetros:

1. ¿dónde puede situarse la frontera entre el uso razonable y el no razonable de una obra ajena? **El parámetro de los usos.**
2. Internet es un espacio que genera una relación diferente a la que ha existido hasta ahora entre creador-empresa cultural-público. **El parámetro del negocio.**
3. Un tercer parámetro: **el de la propiedad intelectual** ¿qué debe protegerse?

### 1. ¿DÓNDE PUEDE SITUARSE LA FRONTERA ENTRE EL USO RAZONABLE Y EL NO RAZONABLE DE UNA OBRA AJENA?

#### 1.1. *LO RAZONABLE O NO RAZONABLE DEL USO DE UNA OBRA TIENE QUE VER CON SU DISFRUTE*

¿Dónde situaríamos la frontera entre el uso razonable y el no razonable de una obra ajena?

Parece obvio, o al menos casi todos admitiríamos, que una obra de literatura, de música, de cine, de teatro, de pintura o escultura que, desde los estándares artísticos se considere “valiosa”, debería ser accesible al público en algún momento

*Los girasoles en un jarrón* (uno de la serie girasoles) de Van Gogh, sería deseable que estuviera al alcance de la vista del público. Durante cerca de 10 años no lo estuvo porque el magnate japonés Yasuo Goto lo compró en una subasta de Christie’s de Londres, por casi 40 millones de dólares. En la actualidad está en el Seiji Togo Yasuda

Memorial Museum of Modern Art de Tokio. Pero como *Los girasoles*, hay otras obras pictóricas, escultóricas que están en manos de coleccionistas privados.

Las copias de estas obras, aunque sean idénticas milímetro a milímetro con el original no son consideradas obras de arte. Sólo el Van Gogh vale una fortuna.

Y láminas de *Los girasoles* las encontramos en miles de librerías, puestos de posters y baratijas, tiendas de museos de arte contemporáneo, pantallas de ordenador.

No conozco a ningún museo o particular, que poseyendo una pintura o una escultura –por la que ha pagado un precio exorbitado- se moleste siquiera en llamar la atención, o en hacer nada porque haya un negocio mundial con láminas o estatuillas reproduciendo “su” obra.

Paso a una obra de música clásica, el Concierto de Aranjuez, de Joaquín Rodrigo. La composición de la obra, fijada en las partituras, es la base de todas las interpretaciones musicales que hacen y que han hecho orquestas de todo el mundo. Sabemos que cada vez que se interpreta se paga a los titulares de los derechos del Concierto de Aranjuez, ¿por qué razón no en las obras pictóricas más famosas y sí en las musicales?

Porque hay una infraestructura de control y demanda de pago para la música que no existe para las obras pictóricas o escultóricas<sup>1</sup>. Quizás porque pintores y escultores no generan una industria de las características de la industria musical –o de la industria audiovisual-. Es decir: **los derechos de autor como los entendemos hoy están ligados a la asunción industrial de las obras. Así hablamos con naturalidad de la industria del cine, de la industria audiovisual o de la industria del cine.**

¿Cuál sería un uso más razonable de “los girasoles”? Contemplarlo. Un uso no razonable: pintar sobre él, rasgarlo.

**A lo que voy es que “el uso razonable” de una obra no tiene que ver con que se hayan pagado o no unos derechos de autor.** Cuando se habla de uso razonable de una obra o de dónde está la frontera entre el **uso razonable y el no razonable de un obra los que están presentes son los derechos morales de autor** –de paternidad o autoría, de integridad y de difusión-.

Es derecho del autor difundir su obra, y también obtener dinero con ella, bien de forma puntual o a partir de un sistema de negocio, como es en nuestros días el sistema de propiedad intelectual.

## 1.2. *LOS DERECHOS DE AUTOR VINCULADOS A UN SISTEMA DE NEGOCIO*

Un sistema de negocio de productos culturales que cuenta con:

- a) una protección legal

---

<sup>1</sup> El derecho de seguimiento regulado por la Ley de Propiedad Intelectual de 1997, con modificación de 2006, aplicable a las obras pictóricas y escultóricas, como un derecho al cobro de un tanto por cien del precio de subasta obtenido por la obra, no es comparable

b) con unos agentes que lo hacen posible: entidades de control y de cobro por el uso de las obras

c) diseñado a partir de las acciones que pueden realizarse con una obra y que son susceptibles de valor económico: es decir sobre las que basculan una oferta y una demanda:

1. hacer copias
2. distribuir esas copias
3. comunicar la obra para el público (en exposiciones, en proyecciones, en televisión, en Internet)
4. hacer versiones de la obra

## 2. EL SEGUNDO PARÁMETRO: EL DEL NEGOCIO

### 2.1. *LA REVOLUCIÓN INTERNET*

La tecnología digital más Internet conjuntamente han permitido el salto a que:

1. hacer copias de determinadas obras sea muy barato, y que, además se puedan hacer copias casi hasta el infinito, y
2. se pueden difundir esas copias a coste mínimo mediante Internet, con una distribución casi gratuita, hogar por hogar, persona por persona, en todo el mundo. Cuando, antes de Internet, las distribuidoras tenían que contar con una red de empresas copiadoras en cada país a quienes entregaban el master original o, bien, en una escala menor de distribución, el transporte físico de las copias también requería un coste sustancioso. Y si no, la obra no llegaba al público.

Entonces, ¿es razonable que la proporción que las entidades de gestión de derechos quieren cobrar por cada copia, por cada comunicación pública, cada territorio de distribución y de difusión sea la misma que antes de que hubiera ese multiplicador casi hasta el infinito para una música, una película de digital+Internet? ¿Es razonable que las acciones de estas entidades dentro de la red estén centradas en cerrar webs que ofrecen links a películas y música? ¿Lo es que hayan estrechado su cerco en “los terminales” de los banquetes de bodas, las discotecas, las representaciones teatrales en pueblos con marca como Fuenteovejuna?

Enrique Urbizu, Presidente de Dama (Entidad de gestión de derechos de los autores audiovisuales):

“nosotros estamos muy interesados en que el acceso a las obras sea libre, PERO QUE SE PAGUE”

### 2.2. *LAS INDUSTRIAS CULTURALES NO SON UNA ISLA*

Bancos, administraciones públicas, distribuidoras de cine, supermercados, universidades, hospitales, bibliotecas, medios de comunicación, partidos políticos, tour-operadores, líneas de transporte y de mensajería, servicios postales, y una innumerable lista de actores de la vida social se han visto abocados a una transformación en sus

maneras de comunicarse y de realizar sus funciones, por la omnipresencia de Internet. ¿Alguien puede pensar que las industrias culturales que absorben el trabajo de los creadores no están abocadas a lo mismo?

Pero resulta que Internet para estas industrias es, ante todo, LA CAUSA DE SUS CALAMIDADES. Dicen –estas industrias- que hay demasiados grupos organizados que utilizan obras ajenas para hacer negocio en Internet, y que lo hacen a costa suya, creándoles muchas pérdidas y evitándoles su ganancia natural. Son, dice la SGAE no piratas sino “parásitos”<sup>2</sup> y parte de esos “parásitos” son las operadoras de telecomunicaciones que hacen negocio con las líneas adsl:

- ellas son las que facilitan al final las descargas, conscientes de que los usuarios, si contratan líneas de banda ancha, es principalmente porque van a descargarse películas y música gratis.
- Ellas hacen posible la acción de otros parásitos o piratas: los del comercio organizado y lucrativo con contenidos ajenos, los verdaderos piratas de Internet<sup>3</sup>.

Pero de otro lado, muchos usuarios y algunos artistas consideran que Internet ha democratizado la cultura, y que, al hacerlo, le ha dado un increíble nuevo impulso. Tres datos que lo corroboran:

- en 2008 se contabilizaron 2.000 millones de descargas de música en España (sin especificar si era descarga con pago o sin pago)
- otro dato: en 2009 los ingresos por conciertos fueron un 50% superiores a los obtenidos en 2004;
- el tercero: en España en 2010 existen 18 millones de usuarios de Internet<sup>4</sup>.

¿Qué puede más en la balanza, los efectos positivos o los negativos?

La SGAE afirma que con la descarga sin peaje en Internet está en juego el 5% de PIB español y 700.000 empleos ¿?!<sup>5</sup> (cfr. José Miguel Fernández-Sastrón Consejero SGAE diciembre 2009).

Informaciones que recuerdan a las que ofrecía la Asociación que representa en Estados Unidos los intereses de la industria cinematográfica, la *Motion Picture Association*, hace apenas dos años<sup>6</sup>, en cifras astronómicas de dinero y de puestos de empleo, antes de la llamada de atención de una Comisión de Investigación del Congreso americano<sup>7</sup>.

**Porque, efectivamente, son datos aterradores para esa industria...si no los contrastamos.**

---

<sup>2</sup> Expresión empleada por José Miguel FERNÁNDEZ-SASTRÓN, Consejero de SGAE, en el programa de TVE1, *59 segundos*, 16 diciembre 2009.

<sup>3</sup> En palabras de Aldo Olcese, del Colectivo de Creadores e Industrias de Contenidos, en el programa de TVE1, *Informe Semanal*, de 30 de enero de 2010.

<sup>4</sup> Cfr. Reportaje de *Informe Semanal* “La batalla de Internet” mencionado nota anterior.

<sup>5</sup> Cifras ofrecidas por José Miguel FERNÁNDEZ-SASTRÓN, en el programa de TVE1, *59 segundos*, 16 diciembre 2009.

<sup>6</sup> OECD, *The Economic Impact of Counterfeiting and Piracy* (2008).

<sup>7</sup> SIWEK, E. Stephen, *The true cost of Copyright Industry Piracy to the U.S Economy* (Institute for Policy Innovation (IPI) (IPI Center for Technology Freedom, Policy Report 189 (Octubre 2009) citado por el informe de la United States Government Accountability Office (GAO), presentado en el Congreso de Estados Unidos, el 12 de abril de 2010, DOC 20548.

No me voy a referir ahora a propuestas de grupos a favor o en contra de la industria o de los usuarios que se intercambian música y películas sino que utilizaré el informe que ha hecho cambiar esa estrategia de publicación de datos: los que ha ofrecido la *US Government Accountability Office* (GAO) conocida como el brazo investigador del Congreso de Estados Unidos, que sirve al Congreso en su responsabilidad constitucional. El informe es de abril de 2010<sup>8</sup> sobre “Observaciones acerca de los esfuerzos por cuantificar los efectos de la falsificación y la piratería”.

Dice lo siguiente:

- Ninguna agencia del gobierno ha recogido o clasificado datos sobre la extensión de la piratería digital.
- Hay que reconocer efectos negativos y positivos en el mercado derivados de la falsificación y de la piratería, dentro de que la piratería es realmente dañina para la economía.
- Pero el gran asunto es que faltan datos fiables:

“De acuerdo con los expertos con los que hemos hablado y la literatura revisada estimar el impacto económico de las vulneraciones de la propiedad intelectual es muy difícil y no hay más remedio que acudir a **las suposiciones** porque faltan datos fiables”.

Y desmonta tres de los informes que se citan en todo el mundo como fuentes para las declaraciones catastrofistas de la industria:

1. el de la OECD (Organization for Economic, Cooperation and Development), *The Economic Impact of Counterfeiting and Piracy (2008)*, del que señala:  
“los datos no han sido recogido sistemáticamente ni evaluados y, en muchos casos, las afirmaciones que se hacen (...) ‘se apoyan excesivamente en información fragmentaria o anecdótica; y donde los datos faltan, las opiniones sin fundamento son frecuentemente tratadas como si fueran hechos”.
2. El L.E.K. Consulting, *The Cost of Movie Piracy, (2006)* pagado por the Motion Picture Association<sup>9</sup>, al que se hace la misma acusación de ofrecer datos no fiables.
3. Business Software Alliance (BSA), *Sixth Annual BSA-IDC Global Software 08 Piracy Study (2009)*, entre otros informes, del que se afirma:

“contienen datos, ofrecidos como hechos incontrovertibles, que sin embargo, al analizar la metodología mediante la que se han obtenido y luego procesado no se sostienen”.

---

<sup>8</sup> United States Government Accountability Office (GAO) Informe presentado en el Congreso de Estados Unidos, el 12 de abril de 2010, DOC 20548.

<sup>9</sup> Un ejemplo: el informe de la Motion Picture Association, que se basa en una investigación sobre el consumidor realizada en bastantes países (L.E.K. Consulting, *The Cost of Movie Piracy*, sponsored by the Motion Picture Association, 2006). Este trabajo encontró que los estudios de cine de Estados Unidos perdieron 6.1 billones de dólares por la piratería en 2005. Pero, señala el informe de la Comisión de investigación del Congreso estadounidense sobre Propiedad Intelectual: es difícil hallar cómo manejaron los autores las suposiciones claves, tales como la sustitución de ratios y la extrapolación de la investigación a una población mucho más amplia, siguiendo la información que ofrece el estudio.

Un cuarto informe, el de la Rand Corporation (un think tank) *Film Piracy, Organized Crime and Terrorism* (2009), en cuyo prólogo aparece: “The study was made possible by a grant from the Motion Picture Association (MPA)” vincula la piratería de obras audiovisuales con el crimen organizado y el terrorismo, en un intento de aportar, desde otro punto de vista, un elemento más a la amenaza de la piratería intelectual. Ha recibido críticas tanto desde el ámbito académico<sup>10</sup> como desde el sector de las telecomunicaciones<sup>11</sup>, por entender que se trata de una acción de lobby por parte de la MPA muy desproporcionada, casi grotesca.

Entre las suposiciones más frecuentes en los informes de la industria, mencionadas por el informe GAO, para estimar el impacto económico del pirateo hay dos que resultan familiares, y que ilustran la desviación de algunas de las conclusiones mantenidas hasta ahora:

1. la sustitución 1x1 al estimar el dinero perdido por el pirateo. La persona que hace una descarga ilegal de un disco, si no pudiera hacer esa descarga 1º. Compraría el disco. 2º. Lo compraría al precio puesto por el fabricante.
2. La segunda suposición: el valor que en esos informes se da a los productos piratas. De forma habitual se les da el valor de precio sugerido por el fabricante. Un ejemplo: en enero de 2010 se dió en nota de prensa que una agencia de aduanas había incautado 252.968 DVDs con marcas falsificadas, el valor que según la agencia le daba el fabricante era de 7.1 millones de dólares mientras que el valor en el mercado de Estados Unidos era de 204.904 dólares. Señala el informe: debería incluirse siempre al medir el impacto económico de la piratería una variedad de precios que cubriera el abanico de los precios reales del producto. De manera que al calcular el valor de las pérdidas causadas por la piratería se aplique el precio más lógico, que será el del mercado, y no siempre el estimado por el fabricante que será el máximo posible peor quizás irreal.

La razón de que esto sea así es que la mayoría de los informes –decenas de ellos al año- se hacen para las grandes empresas, y todos insisten en las mismas cosas.

El informe de la auditoria del Congreso de Estados Unidos lanza una gravísima acusación contra las asociaciones de la industria: **“de acuerdo con los expertos y funcionarios del gobierno, las asociaciones de la industria no siempre revelan sus fuentes y métodos de obtención de datos, haciendo difícil la verificación de sus estimaciones”**<sup>12</sup>.

La finalidad de todos estos informes es doble: hacer lobby de los intereses de la industria cinematográfica y discográfica en los gobiernos, con el fin de obtener leyes que los protejan; y en segundo lugar mover a la opinión pública a su favor. Hay que reconocer el **éxito de la labor de lobby**.

---

<sup>10</sup> MATTELART, T., *Economía informal y mundialización*, Ponencia presentada en el Congreso ULEPICC, 24 de septiembre de 2010, Universidad de Salamanca; McManis, CH. R., *The proposed Anti-counterfeiting Trade Agreement (ACTA): Two Tales of a Treaty*, en “Houston Law Review” vol. 46, núm. 4 (2009) pp. 1235-1256, que incluye el informe de la Rand Corporation como parte de la estrategia para reforzar las posiciones de la MPA en el Tratado ACTA.

<sup>11</sup> En la publicación online de AOL “Daily Finance”, BARLOW, T., *The war against Internet piracy could force ISPs to spy on their customers*, de 4 de marzo de 2009 y SHIFFMAN, B., *Is CD piracy a matter for Homeland Security?*, de 20 de abril de 2010.

<sup>12</sup> United States Government Accountability Office (GAO) Informe presentado en el Congreso de Estados Unidos, el 12 de abril de 2010, DOC 20548, p. 16.

Entre las ofensivas iniciadas por las multinacionales de la comunicación audiovisual estadounidense contra la piratería de sus productos han estado:

- a) En los primeros noventa la batalla porque se incluyera el tema de la propiedad intelectual en la agenda de Ronda Uruguay de los GATT (Tratados de Comercio Mundial),
- b) en los segundos noventa, también ganaron la batalla de la reforma de los Tratados Mundiales de la Propiedad Intelectual (OMPI),
- c) y en la actualidad, se está librando la batalla de la ACTA -acuerdo contra la falsificación y piratería, *Anti-Counterfeiting Trade Agreement*- Su objetivo es endurecer los derechos de propiedad intelectual a nivel mundial; aún no está autorizado.

Al mismo tiempo que no cabe sino constatar su fracaso ante la opinión pública, línea en la que las industrias del audiovisual han cambiado su estrategia: de una publicidad agresiva de tono catastrofista a otra más cercana al usuario.

Conclusión sobre el parámetro del negocio: la tecnología digital e Internet han provocado una revolución probablemente equiparable a la que produjo la imprenta en los productos y hábitos culturales de su momento y los agentes más importantes de la industria cultural intentan con todos los medios a su alcance, que la protección legal que se ha hecho inservible busque nuevos modos de ser efectiva, mientras se adaptan a los cambios.

Porque no hay más remedio, y las industrias culturales no sólo lo saben sino que ya han comenzado a probar sus nuevas formas de negocio en la Sociedad de la Información con bastante éxito como ocurre con:

- Spotify en música (donde las empresas discográficas dan acceso a los discos de sus autores)
- iTunes en música, cine, televisión (está teniendo dificultades técnicas)
- Amazon MP3

Son algunos de los mejores ejemplos del tránsito desde la jungla hacia el parque temático al que estamos abocados con Internet.

### 3. UN TERCER PARÁMETRO: EL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL ¿QUÉ DEBE PROTEGERSE?

Los problemas con la piratería, el público y los negocios con obras han sido una constante durante 2.500 años de historia; de ellos, sólo 200 –entre 1791<sup>13</sup> y 1991- lo fueron de éxito de la fórmula de la propiedad intelectual.

---

<sup>13</sup> El Copyright instaurado en 1711 en Inglaterra será la primera referencia legal sobre uno de los derechos de autor: el de copia- no ha habido fórmula estatal alguna para proteger la propiedad intelectual. En cualquier caso el precedente británico consistió en que frente a la pretensión de los impresores de tener a perpetuidad y de forma exclusiva el derecho a hacer copias de las obras que habían comprado a los autores, el estatuto limitó ese derecho a 14 años con posibilidad de una renovación. Fue una reacción ante los abusos de los impresores.

Hay tres grandes puntos de inflexión de los derechos de autor en la historia de la cultura occidental, de los que ofreceré una simple pincelada con el fin de contextualizar –quizá relativizar- la excesiva rigidez con la que en la actualidad observamos el sistema de protección de la propiedad intelectual.

- a) El Mundo Antiguo
- b) La Edad Moderna
- c) La Revolución francesa

### 3.1. EL MUNDO ANTIGUO: BAÑOS, BIBLIOTECAS, LIBREROS Y COPIAS PIRATAS

Piratería en el mundo antiguo se consideraba la venta de copias de libros sin el conocimiento del autor, muchas veces poco fidedignas con el original e incluso vendidas contra la voluntad del filósofo, matemático o dramaturgo, por libreros poco escrupulosos.

Hay constancia desde la segunda mitad del siglo V a Cristo, primero en Atenas y luego en Roma, de que existía comercio de libros; también de que los autores tenían sus obras por una “aportación” o una “creación” valiosa, con la que se podía obtener honor y, en muy pocos casos, ganancias dinerarias. Y de que había piratas. Cita Tönnies KLEBERG, en su capítulo de libro “Comercio librero y actividad editorial en el Mundo Antiguo”<sup>14</sup> que Platón, se quiere mofar de Anaxágoras, y para eso hace decir a Sócrates que las obras de este filósofo:

“podían ser adquiridas por cualquiera como mucho por una dracma en la *orchestra*, que es casi con seguridad una parte del mercado” (es decir que eran baratísimas, estaban a precio de ganga).

Pero, a la vez, ofrece el dato de que se atribuía a Platón haber pagado una fortuna -100 minas- por las obras en tres libros del famoso filósofo pitagórico Filolao, que fueron adquiridos en Sicilia después de ser encargados. Y que Aristóteles debió pagar tres talentos áticos –otra fortuna- por los escritos del Filósofo Espeusipo.

Otro dato que nos puede resultar cercano que menciona KLEBERG:

“En la comedia ‘Las aves’ (puesta en escena por primera vez en el 414 a C) Aristófanes representa a sus conciudadanos atenienses precipitándose a las librerías, ‘hacia los libros’ inmediatamente después del almuerzo para conocer las novedades y discutir allí mismo sus méritos y defectos. Las librerías se habían convertido ya en punto de encuentro y lugar de conversación para el público con intereses literarios”<sup>15</sup>.

Éste era el modo en que los autores adquirirían fama, permitiendo que el público pudiera leer libremente en los puestos de libros, en las bibliotecas o en los baños.

---

<sup>14</sup> En CAVALLLO, Guglielmo, *Libros, editores y público en el mundo antiguo* (Alianza Universidad, Madrid 1995) p. 41.

<sup>15</sup> *Ibidem*, p. 53.



En los baños romanos, existían zonas de biblioteca y salas donde se leían libros en público. Era un modo más de entretenimiento que ofrecían las instalaciones.

Ahora bien, los libros costaban mucho dinero y sí había quien los compraba: las Bibliotecas<sup>16</sup> y los sabios del momento. El comercio librario, el negocio con las obras, en el mundo antiguo alcanzó su plena madurez en relación con las grandes bibliotecas, que eran los grandes expositores de obras<sup>17</sup>. Por ejemplo, el Museo de los Ptolomeos (en Grecia siglo III A.C) que contenía toda la literatura griega de alguna importancia, con más de 700.000 volúmenes – se quemó en el año 48 a C- se jactaba de tener las obras más fidedignas de los autores (porque existían muchas copias de filósofos, matemáticos, dramaturgos con nombre de muy mala calidad, hechas por copistas de tres al cuarto). En el siglo IV DC, el Catálogo regional constantiniano registra que en Roma existían 28 bibliotecas (...) que eran punto de encuentro de todos los que querían consultar libros, centros de discusión científica y literaria. Eran los mejores clientes del comercio librario.

No conocemos ninguna protesta por parte de autores renombrados, griegos o romanos porque sus obras se discutieran o se leyeran en los puestos de libros o en los baños. Y en Roma tanto el derecho como el sistema judicial estuvieron muy desarrollados (el honor y un tipo próximo al derecho de imagen se protegían). Es decir: que, en el Mundo Antiguo, el acceso gratuito a los libros por parte del público se consideraba un bien cultural y una forma de que los autores adquirieran fama, nunca un robo.

Sin embargo sí van a protestar contra los editores piratas que existían en su tiempo (porque editores los había de muchas calidades):

“La ventaja (de contar con un editor) residía (...) en que se recibía una determinada protección contra toscas ‘ediciones piratas’ que, sin que el escritor lo deseara ni supiese nada de ellas, eran lanzadas al mercado por individuos emprendedores o por editores poco escrupulosos. Esas ediciones piratas no eran raras. Cicerón dice en una de sus cartas a Ático que no sabe cómo uno de sus discursos –presumiblemente el dirigido contra Curión- pudo llegar a manos del público. También en su famosa obra “De oratore” Cicerón hace que el ilustre orador Marco Antonio hable de ‘un pequeño libro que, sin yo saberlo y contra mi voluntad, se ha publicado y ha llegado a las manos del público’. Quintiliano se lamenta de que oyentes poco atentos hayan tomado apuntes de sus lecciones y los hayan publicado”<sup>18</sup>. Algo que también hace Galeno de Pérgamo, en la segunda mitad de siglo II al trasladarse a Roma y comprobar que se han publicado sus escritos sin saberlo él.

Estas copias piratas tenían efectos positivos que algunos autores reconocían, por ejemplo, Plinio el Joven, hacia el año 100 d C, escribe a su amigo Gémino:

“¡No creí que hubiera librerías en Lugdunum –Lyon- y por eso me puse tan contento cuando me enteré por tu carta de que allí arriba se venden mis libros. Me

---

<sup>16</sup> *Ibidem*, p. 82.

<sup>17</sup> *Ibidem*.

<sup>18</sup> *Ibidem*, p. 78.

complace comprobar que en provincias gozan de la misma popularidad que en Roma”<sup>19</sup>.

### 3.2. EDAD MODERNA Y SIGLO DE ORO DE LA LITERATURA: IMPRENTA, LECTURAS PÚBLICAS, COMPAÑÍAS DE TEATRO Y LAS COPIAS PIRATAS

El siguiente punto de inflexión para los derechos de autor se produce con la imprenta: con ella, en la Edad Moderna, aumentaron considerablemente las posibilidades de negocio y de difusión de las obras. Fue la circunstancia política de las monarquías absolutas, las que generaron el concepto de exclusividad del editor –mejor dicho del impresor- para copiar y distribuir en un determinado territorio una obra concreta: concepto que se resume en la figura de la LICENCIA. Era una forma de control ideológico del monarca absoluto que enseguida se mercantilizó –increíble poder eterno de los mercaderes- convirtiéndose en una forma de exclusividad de negocio para los editores.

Sin embargo, las licencias del empresario de imprenta eran compatibles con la costumbre, parece que extendida, de las lecturas públicas de obras populares y con las representaciones teatrales de las compañías.

Así, durante los siglos XVI y XVII, en España, los libros de caballerías que fueron las ficciones noveladas más exitosas, “pusieron a funcionar a toda máquina las imprentas españolas para cubrir la demanda de un público diverso, apasionado por seguir las aventuras de los hijos y nietos de Amadís de Gaula, la saga del Caballero del Febo, o de Belianís de Grecia”<sup>20</sup>.

Aunque no se ha podido medir cuál era la cantidad de personas que accedían a estas obras mediante las lecturas públicas, sí se han obtenido algunos datos que nos hablan de que las clases medias y populares en su mayoría accedían así a estas obras. Como el testimonio ofrecido por Cervantes en el capítulo 32 de la primera parte del Quijote, o el relatado por Arce de Otálora en sus “Coloquios de Palatino y Pinciano” (1550), que anota que

“en Sevilla dicen que hay oficiales que en las fiestas y las tardes llevan un libros de éstos (de caballerías) y le leen en las gradas”;

o incluso se tienen datos procedentes de juicios inquisitoriales, como el recogido por MARÍN PINA, del morisco Román Ramírez, que era capaz de recitar varios libros de caballerías, cuando apenas sabía leer y tan sólo firmar y no escribir:

“(…) y que como este confesante començo a cobrar fama de hombre de mucha memoria y a tener cabida con caballeros y señores en razón de entretenerlos con estas lecturas y se lo pagaban o hazían mercedes y le llevaban a saraos de damas y a otros entretenimientos, se dio este confesante más a ello y lo esudiava con más cuidado (Harvey 1975, 94-94)”.

---

<sup>19</sup> *Ibidem*, p. 82.

<sup>20</sup> AGUILAR PERDOMO, María del Rosario, *La recepción de los libros de caballerías en el siglo XVI: a propósito de los lectores en el Quijote* en “Literatura: teoría, historia, crítica” (2005), p.47.

Los libros de caballerías se leían en fiestas, plazas, aunque también existía la lectura individual de los más pudientes, y hasta el alquiler de libros, como data Fernando BOUZA<sup>21</sup>.

Y no cabía protesta de los autores por las lecturas públicas: se entendía que era la forma de dar a conocer las novelas, de alcanzar el éxito y, al final, de que el impresor obtuviera más demanda de copias.

En cuanto a las representaciones teatrales, en el siglo de oro español –como en el shakesperiano británico- realizadas por compañías ambulantes de actores más o menos profesionales, fue una actividad lucrativa creciente al margen de la ganancia del dramaturgo, que en cualquier caso lo que adquiriría era la popularidad de sus obras. Tanto en España como en Inglaterra –donde el fenómeno está estudiado al detalle<sup>22</sup>- eran en muchos casos las autoridades locales quienes pagaban a la compañía en nombre de la villa o villorrio. No se conoce que los autores dramáticos protestaran, ni siquiera los impresores. Sí que constan, sin embargo, protestas como la de Lope de Vega y de Calderón por ediciones piratas, o no autorizadas por el autor:

“y no pudiendo (digo otra vez) ignorar tampoco el ser hurtada, pues no es su dueño el que la vende, sino el apuntador que la traslada, ò el compañero que la estudia, ò el ingenio que la contrahze (,) con todo esso se la compra, con que dada a la estampa, la que ayer valia cien ducados en cas del Autor, vale oy vn real en casa del Librero” (P. Calderón, 1672, PP3 )<sup>23</sup>.

O, en el caso de Lope de Vega, porque se vendían como suyas obras que no lo eran. En esto los impresores de Sevilla tenían mala reputación: señala Lope en el prólogo de *El castigo sin venganza* impreso en Barcelona:

“V.m. la lea por mia, porque no es impressa en Sevilla, cuyos Libreros, atendiendo a la ganancia, barajan los nombres de los Poetas, y a vnos dan sietes, y a otros sotas, que ay hombres, que por dienro no reparan en el honor ageno, que a bueltas de sus mal impresos libros venden,y compran”<sup>24</sup>.

Una vez que la compañía compraba el original para sus representaciones –que solían guardar a buen recaudo- se olvidaban de ninguna otra obligación con respecto a la obra o su autor. No porque siendo ambulantes fueran incontrolables, porque antes de cada representación, a partir de 1608, tal y como señalaba la “Reglamentación de teatros”:

“Que dos días antes que hayan de representar la comedia, cantar, o entremés, lo lleven al señor del Consejo, para que lo mande ver, y examinar, y

---

<sup>21</sup> Citado por AGUILAR PERDOMO, María del Rosario, *La recepción de los libros de caballerías en el siglo XVI: a propósito de los lectores en el Quijote* en “Literatura: teoría, historia, crítica” (2005).

<sup>22</sup> Por ejemplo, PALMER, Barbara D., *Early Modern Mobility: Players, Payments, and Patrons* en “Shakespeare Quarterly” vol. 56, n.3, 2005, pp. 259-305, presenta un Apéndice donde se clasifican la mayoría de las compañías ambulantes existentes entre 1570 y 1642, en qué ciudades tuvieron representaciones, en qué fechas, cuál fue el pago a la compañía y algunos incidentes, datos tomados de los libros de cuentas de algunas ciudades: Doncaster, York, Chastsworth, Londresbr, Hardwick, Derby, Skipton,

<sup>23</sup> Citado por Cruickshank D.W., *Los ‘hurtos de la prensa’ en las obras dramáticas* en vol.col. *Imprenta y crítica textual en el siglo de oro* (Universidad de Valladolid, Valladolid 2000) pp.130-132.

<sup>24</sup> *Ibidem*.

hasta que les haya dado licencia, no lo den a sus compañeros a estudiar, pena de 20 ducados, y demás castigo (...)”<sup>25</sup>.

### 3.3. LA REVOLUCIÓN FRANCESA EN EL ORIGEN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL Y DEL SISTEMA DE NEGOCIO INHERENTE A ELLA

Realmente, el cambio de actitud de los autores llegó en los años previos a la revolución francesa, y de la mano Beaumarchais (autor de “El Barbero de Sevilla” y “Las Bodas de Figaro”), fue el principal promotor del Bureau de Legislation Dramatique (1777):

«...y si los soldados y los magistrados cobran un salario digno por sus servicios, entonces ¿por qué el amante de las musas, siempre constreñido a hacer cuentas con su panadero, debe sonrojarse por hacer cuentas con los comediantes?»<sup>26</sup>

Catorce años después de su propuesta, recién estrenado el éxito de la Revolución, en 1791, se aprobaría la primera ley francesa de derechos de autor, centrada en los derechos de representación de las obras dramáticas, donde se reconocía que la propiedad intelectual era

"la más sagrada, la más personal de las propiedades", "la menos susceptible de contradicción, es la de los productos del genio"<sup>27</sup>.

1791-1991: 200 años de pervivencia de un régimen, el de la Propiedad Intelectual, que se ha demostrado bastante eficaz. Aunque con las limitaciones que implica considerar a una obra una propiedad. Porque hay algo en las obras que llama a ser disfrutado de forma compartida, a ser asimilado por otros y recreado en sucesivas invenciones. ¿Nos imaginamos a Platón guardando celosamente sus “Diálogos” esperando al cobro por unidad de pergamino? A San Agustín cobrando por la lectura pública de “Las Confesiones”? ¿A Lope de Vega enviando a los alguaciles para que pararan a las compañías ambulantes que representaban “Fuenteovejuna” por los villorrios de España y América?<sup>28</sup>.

Internet nos ha devuelto a la jungla por un momento. Ha permitido escapar del sistema de control que ha funcionado con sus más y sus menos durante 200 años, porque ya no funciona: las medidas de choque de la propiedad intelectual –que las hay– son saquitos de arena en el paseo marítimo cuando arriba un tsunami.

Internet junto con la tecnología digital ha creado millones de puntos de encuentro con las obras en lugares virtuales que son locales, globales, móviles y mutantes. Internet es la librería de los griegos, los baños de los romanos, el púlpito de las prédicas, la carreta de los titiriteros ambulantes y mil plataformas más a la vez. Es lo bueno de Internet.

---

<sup>25</sup> RUANO DE LA HAZA, José María, *La puesta en escena en los teatros comerciales del Siglo de Oro* (Castalia, Madrid, 2000).

<sup>26</sup> CÁDIZ DELEITO, José Luis, *Las entidades de gestión de los derechos de la propiedad intelectual* en “Economía de la Cultura” 792 (2001) p. 96.

<sup>27</sup> Op. cit., LACRUZ BERDEJO, en vol. col. *Comentarios a la ley de propiedad intelectual* (Madrid 1989).

<sup>28</sup> Cfr. LÓPEZ ESTRADA, Francisco, *Prólogo* a su edición de *Fuente Ovejuna* (Castalia, Madrid 1996) p.9. Un año después de que escribiera la obra está datado que un grupo de estos titiriteros españoles lo representó en Potosí, México.

#### 4. HACIA EL PARQUE TEMÁTICO

Beaumarchais sigue vivo en miles de autores e industrias del entretenimiento que desean obtener un beneficio económico de su talento, y extremadamente vivo en las asociaciones cuya razón de ser es el cobro por el uso de las obras.

Internet no sólo difunde casi hasta el infinito las obras, sino que permite controlar su uso, usuario por usuario, acción por acción, de forma que iniciativas como iTunes, Spotify, Amazon MP3 y muchos otros negocios de contenidos audiovisuales en la red muestran que se puede cobrar directamente al usuario que escucha música, o que ve una película o que hace una descarga, y es este hallazgo de la vía de articular los cobros-pagos por cada acción de uso de la obra de cada usuario, lo que permite decir que la jungla se está civilizando, que va camino de convertirse en un parque temático. Un último estudio publicado por las SGAE muestra que hay mucho público dispuesto a pagar en Internet:

**SE PREGUNTA LA SGAE<sup>29</sup> ¿Cuánto del consumo ilegal podría convertirse en legal TENIENDO EN CUENTA la propensión de pago de los consumidores?**

	Música	Videojuegos	Películas	Libro
Valor total de lo pirateado (M €)	2.291,6	246,2	2.382,5	200,5
Usuarios dispuestos a pagar contenido	<b>58,4%</b>	<b>59,3%</b>	<b>54,8%</b>	<b>69,0%</b>
Potencial mercado ilegal “legalizable”	1.338,2	146,0	1305,6	138,3

La cuestión para quienes actúan como intermediarios entre los autores y el público, es continuar jugando ese mismo papel en el entorno digital. De ahí que la SGAE, como otros agentes de la industria cultural, en este periodo de tránsito, intentan transformarse en tiendas digitales, en expositores de música y cine en Internet a escala mundial, o bien en un proveedor nacional, latino o europeo, con licencias apropiadas a cada uno de esos niveles, para esas tiendas y expositores. Porque ahí es donde estará el gran negocio de la industria audiovisual.

Ante la presión de quienes ofrezcan esos mismos contenidos, pero pirateados, el frente es el tecnológico mucho más que el sancionador y persecutorio<sup>30</sup>.

<sup>29</sup> SGAE: INFORME 2010 (2 semestre 2009) Encargado a Análisis IDC Research Iberia Para el Observatorio de piratería y hábitos de consumo de contenidos digitales. El mercado geográfico relevante es el de un consumidor doméstico (España) a partir de un universo de usuarios online (Internautas) según las mediciones de Nielsen Online, partners en la realización del trabajo de campo.

Los autores querrán estar en esas plataformas de prestigio, que les reportan un plus en su nombre y un plus económico a partir del número de veces que su obra se ha escuchado, visto o descargado. Si existe un sistema sencillo para el pago y los precios son razonables el éxito parece seguro.

Es decir, las posturas enfrentadas entre la libertad del usuario, por una parte, y autores-editores con sus derechos de propiedad intelectual, por otra, no tienen demasiado sentido desde el momento en que los sistemas para obtener la compensación económica por el uso de las obras ha conseguido adaptarse a los procesos de descarga/simple acceso de la obra en Internet. Es un gran negocio el que está en juego y lo que parece claro es que el disfrute del entretenimiento en la era digital también pasará, como en un parque temático, por taquilla.

#### MODO DE CITAR

AZURMENDI, A., *Libertad de los usuarios y derechos de autor: una jungla llamada a ser parque temático*, Ponencia en el XXV Congreso Internacional de Comunicación, *Modelos de negocio para una economía digital: el valor de los contenidos*, Universidad de Navarra, 25 y 26 de noviembre de 2010.

---

<sup>30</sup> En la actualidad una mayoría de las actualizaciones automáticas que cada día efectúa Microsoft en los ordenadores personales con sistema Windows están destinadas a identificar productos descargados sin licencia, y que quedarán marcados, y quizá también bloqueados, para su reproducción, copia o transferencia a extensiones como un Ipod, por ejemplo. Es evidente que sería suficiente con un desarrollo constante de software de gestión de propiedad intelectual para evitar en un alto porcentaje la piratería.