

Pocos pueden decir que no han estudiado con fotocopias de libros, o que nunca han usado plataformas online de grisácea legalidad como The Pirate Bay y Popcorn Time. Para unos, el sistema vigente de derechos de autor es el que tiene que ser. Para otros, en cambio, nunca garantizó ni el derecho al acceso ni la remuneración a los creadores. Sobre estas tensiones se debatió en el Foro de Cultura Digital, organizado por el Ministerio de Cultura de la Nación, el 14 y 15 de octubre pasados. Participaron, entre otros, Julian Assange, de WikiLeaks (por teleconferencia), así como el fundador de The Pirate Bay, Peter Sunde. También estuvo Peter Jenner, ex manager de Pink Floyd. Entre los ponentes argentinos se destacaron Niv Sardi, desarrollador que participa de Popcorn Time ([popcorn.time.io](http://popcorn.time.io)); Ariel Graizer, presidente de la Cámara Argentina de Internet (Cabase), y los profesores e investigadores vinculados con la sociedad de la información Mariano Zukerfeld y Martín Becerra. Zukerfeld analizó cómo son y deberían ser los derechos de autor. Y distinguió entre plataformas con y sin fines de lucro, así como plataformas legales y no tanto. Entre ambos juegos de opuestos hay cuatro combinaciones posibles: comercial y legal (ejemplo, Netflix), comercial e ilegal (ejemplo, sitios como Series Yonkis, que tenía ingresos por publicidad en su servicio de enlaces a contenidos protegidos), no comercial y de legalidad contro-

Los derechos de autor en la era digital

# ¿Quién paga la cuenta en la Web?

La digitalización de los objetos de consumo cultural plantea desafíos y obliga a revisar los criterios de propiedad intelectual, que se debatieron durante un Foro de Cultura Digital.

Por Laura Siri

versial (como Popcorn Time) y, finalmente, sin lucro y legal (ejemplo: las revistas académicas de acceso abierto, usualmente con licencias Creative Commons). Lo interesante —observó Zukerfeld— es analizar qué hace la industria acerca de cada categoría. Porque la tentación es continuar con la lógica de la economía de los bienes tangibles, donde es relativamente sencillo excluir al consumidor de obtenerlos si no paga por ellos. Con los bienes informacionales eso no es tan sencillo. Así, hay tres reacciones típicas, que desembocan en modelos de negocios diferentes. La primera va de la mano del endurecimiento de las leyes de propiedad intelectual para impedir el acceso a quien no pague. Hasta hoy, este modelo no ha hecho más que enojar a los usuarios y alentarlos a buscar, y encontrar, alternativas. La segunda reacción es optar por no vender el bien sino, únicamente, darlo como servicio. Es lo que hacen Netflix y Spotify. Este tipo de plataformas conservan la idea privativa de no dar el bien sin pagar y, de hecho, no dan una

copia del bien en sí ni aún pagando. La tercera opción es el modelo por publicidad, que facilita el acceso gratis pero a cambio toma datos personales del usuario y, además, se apropia de su trabajo impago. YouTube, por ejemplo. “Este modelo tiene mucha prensa, está asociado a la idea de compartir, de ser generoso y bueno, pero no es otra cosa que un modelo de negocios”, destacó Zukerfeld. “En la modalidad privativa la ganancia se realiza con la venta o licenciamiento del producto. En el modelo de la publicidad o apropiación incluyente se da por la publicidad o la venta de bases de datos. En el primer caso, se tra-

“  
LOS MARCOS  
NORMATIVOS VIGENTES  
SON POR COMPLETO  
INADECUADOS,  
OBSOLETOS,  
SESGADOS Y CREAN  
BARRERAS ARTIFICIALES.”

Martín Becerra, investigador del Conicet

ta de ejercer al máximo los derechos de autor, mientras que en la otra alternativa se trata de negar derechos de autor; por ejemplo, a aquellos que suben sus videos. En el primer modelo, hay una creación de escasez. En el otro, se trata de obtener trabajo y datos sin pagar por ellos. Es decir que en vez de llevar a cero el precio de los productos, se trata de llevar a cero el precio de los insumos”, aseguró el especialista.

Netflix versus Popcorn

Aunque ni Zukerfeld ni Lanfranco lo dijeran explícitamente, la verdad es que servicios como Netflix y Spotify no se basan en uno solo de los modelos planteados. Aunque cobran (más allá de que el segundo tenga una versión gratuita con menores prestaciones), ambos también explotan los datos de uso de los consumidores. Y como resaltó Niv Sardi, “Netflix tampoco es la solución, porque requiere tarjeta de crédito y la posibilidad de pagar en dólares. Entonces, es normal que el usuario sienta que tiene un derecho ético a conseguir el contenido con otra solución”. No es un tema de pago sino de acceso porque, como dijo Sardi, “si uno distribuye los contenidos de un modo que no es el que los usuarios demandan, es casi como si no lo distribuyera”. Popcorn Time se basa en un software libre que cualquier persona podría replicar, modificar e instalar. De hecho, es la razón de que, después de que la industria dierra de baja recientemente el servidor [popcorn.time.io](http://popcorn.time.io), su conte-

nido siga vigente como popcorn-time.se. Y si ése desapareciera, los especialistas anticipan que seguramente surgiría una nueva alternativa. La iniciativa no acepta donaciones, no hace dinero, tiene pocos servidores en el mundo y una estructura pequeña. No obstante, Sardi aseguró que Netflix lo considera su principal amenaza. Todo a pesar de que, entre quienes se sientan con los legisladores en el Congreso de Estados Unidos a la hora de regular la interconexión de redes, hay representantes de Netflix. De acuerdo con el desarrollador el hecho se da debido a que concentran más del 35 por ciento del tráfico de datos en ese país. Además, sus acuerdos con las productoras exigen la inclusión de criptografía sólida y recursos de infraestructura que requieren una inversión alta para poder relacionar unívocamente a cada consumidor con cada fuente. "Si en vez de tener un camino represivo a la cultura tuviéramos el de Popcorn, el costo sería tecnológicamente mucho menor", reflexionó Sardi. Y contó que está trabajando en un servicio llamado Alexandria, donde los usuarios pueden subir sus contenidos y ponerles precio. La clave será confiar en la buena fe de quienes descarguen el material para retribuir a los artistas, y en crear relaciones más directas y localizadas entre autores y consumidores.

El modelo de Alexandria podrá resultar algo ingenuo para algunos. Lo cierto es que, como dijo a su vez Peter Jenner, economista de la universidad de Cambridge

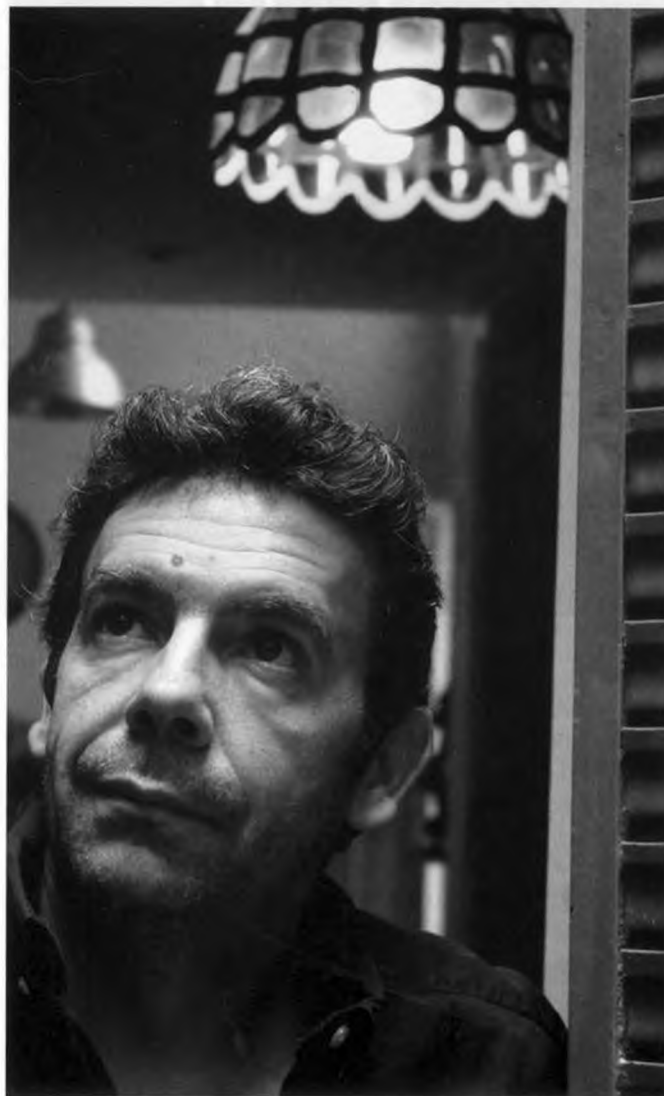


Foto: Gustavo Fernández

y la London School of Economics, quien fuera el primer manager de Pink Floyd, "los derechos de autor están muertos y, si no están del todo muertos, están muriendo. Eso no significa que no hay que pagar a los artistas, pero debemos dejar de lado la idea de que podemos estar en todo. No podemos controlar las copias porque son parte de Internet. Más bien debe-

mos encontrar el modo de generar ingresos de una forma que beneficie a todas las personas en la cadena de valor, incluidos los consumidores. Y si no lo logramos, tampoco vamos a poder impedir que la gente encuentre el modo de acceder a las cosas".

Peter Sunde, el fundador de The Pirate Bay, también expresó la necesidad de "encontrar un mode-

lo para que la gente haga dinero en Internet, pero no se trata del copyright". Sobre todo porque "casi todo lo que podamos necesitar, en el futuro será descargable de Internet. Hoy son libros, películas y software. Pero con el avance de la impresión 3D, a futuro podrán ser, por ejemplo, zapatos, comida y lo que haga falta".

Para Ariel Graizer, de Cabase, "el modelo es que no hay modelo. Y que si lo hay, éste cambia cada vez más rápido y se nos plantea la disyuntiva de aprovechar la ventana de tiempo en la cual entendemos cuáles son las reglas. Hoy, lo único que tenemos claro es la necesidad de que los contenidos estén cada vez más cerca de los usuarios. Por eso se necesitan desarrollos de infraestructuras que acerquen e igualen a todas las localidades del planeta para producir y recibir en igualdad de condiciones".

Según el ejecutivo, "en 1995 pagábamos enlaces internacionales por acceder al 100 por ciento de Internet. Hoy, más del 60 por ciento del contenido que los usuarios argentinos consumen reside en la Argentina y ese tránsito, por lo tanto, no es pagado al exterior. Esto mismo está pasando en todo el mundo. Lo cual ha generado un cambio también en el modelo económico; porque antes girábamos divisas por cada cosa que íbamos a buscar, ahora les decimos a ellos que si quieren que veamos su contenido, ellos paguen para que lo tengamos cerca". Pero la rapidez e imprevisibilidad de los cambios hacen que sea muy difícil saber qué modelo de negocios reemplazará al actual, que

## Actualidad | Mercado

parece obsoleto. Lo único seguro para Graizer es que, de un modo u otro, alguien siempre tendrá que pagar por algo. Lo cual también es un desafío para el Estado a la hora de regular quién debe pagar por qué. En su teleconferencia, Julian Assange se refirió a la problemática con una referencia dedicada a los Estados: "No hay soberanía sin cibersoberanía", sostuvo.

### El malestar de la cibercultura

El docente e investigador Martín Becerra se refirió a la lógica vigente, más centrada en lo punitivo que en el ejercicio de derechos. Esta situación no se ajusta, a su juicio, a un mundo donde los productos de las industrias culturales ya no necesariamente vienen en formatos localizados (como un cine) y programados (como la televisión abierta) y, en cambio, crece la cultura de la desprogramación. En la Argentina, destacó, "los marcos normativos vigentes son por completo inadecuados, obsoletos, sesgados y crean barreras artificiales al acceso a los recursos de la cultura. Su artificio reside justamente en el hecho de que existan tantos atajos y que el universo digital facilite la adopción de dichos atajos". En esta situación, "el problema no son esas estrategias de acceso a la cultura, sino la legislación vigente". Sobre todo porque gran parte de la normativa, en su opinión, no defiende al autor, sino que promueve que éste deba delegar sus derechos patrimoniales sobre la obra en organizaciones empresariales, así como en gestoras de derechos, a cambio de una parte exigua. Así, "el derecho de autor



Foto: Gustavo Fernández

es presentado como si fuera una única variable violada sistemáticamente por la masa, cuando en realidad en ese proceso intervienen diversos agentes y no constituye una única variable".

El investigador también se refirió a que no está probado que el sistema vigente incentive la innovación ni la remuneración justa de la mayoría de los autores sino que, en realidad, sólo es beneficioso para la mínima cantidad de creadores que forman parte del "starsystem".

Por su parte, Víctor Yunes, de la gestora de derechos musicales Sadaic, comentó: "Todo se solucionaría si se respetara el derecho de todo creador a vivir de su trabajo". Sin embargo, Becerra consideró que "la dicotomía entre el derecho de acceso a la cultura y el derecho a una remuneración digna para los autores es falsa y fue, sistemáticamente, explotada

por entidades que persiguen el lucro y no el beneficio de los sujetos del acto autoral creativo". Su opinión recibió el apoyo de uno de los asistentes que acotó que el sistema hoy no retribuye a los autores sino al éxito.

"Es una legislación que se ha preocupado por eludir toda excepción de uso justo de las obras culturales y educativas", agregó Becerra. "Es decir, en evitar que las bibliotecas, los centros educativos, los usos individuales sin fines de lucro puedan acceder a los recursos culturales." En su opinión, ese uso justo está contemplado en países como Estados Unidos y no constituye una violación del copyright. Al mismo tiempo, impulsa una actividad económica notable.

En la Argentina, en cambio, no existe ningún tipo de restricción al derecho de autor patrimonial, así que sería imposible



EL MODELO ES QUE NO HAY MODELO. Y SI LO HAY, ÉSTE CAMBIA CADA VEZ MÁS RÁPIDO, CON CONTENIDOS QUE ESTÁN CADA VEZ MÁS CERCA DE LOS USUARIOS.

**Ariel Graizer,**

presidente de la Cámara Argentina de Internet (Cabase)

desarrollar una economía legal basada en el uso justo, dijo Becerra. Ni siquiera hay dominio público pleno luego de la expiración de los derechos, porque para poder reproducir una obra luego del plazo del monopolio para autores y herederos hay que pagar un canon. Según el investigador, "tenemos normas sociales que entran en conflicto de manera clara con las leyes vigentes y un modelo económico tradicional de las industrias culturales en conflicto con nuevos modelos económicos emergentes. Asistimos a recientes intentos de empujar las leyes actuales que en general han tenido un carácter regresivo y buscan más impedir el acceso que facilitararlo. En la Argentina nos hemos preocupado por denunciar la concentración de la propiedad en las industrias culturales tradicionales. Es hora de que comencemos a preocuparnos asimismo por lo que ocurre con la concentración mucho mayor que tienen los medios digitales y por una regulación que también es mucho más regresiva que la que afecta a los medios tradicionales". ■