

Dereito de autor e comunidades creativas na sociedade entrelazada

Nese movemento esencial do espectáculo, que consiste en incorporarse todo o que en na actividade humana existía en estado fluído para poseelo en estado coagulado como cousas que chegaron a ter un valor exclusivo pola súa formulación en negativo do valor vivido, recoñecemos a nosa vella enemiga, que tan ben sabe presentarse ao primeiro golpe de vista como algo trivial que comprendese por sí mesmo, cando é pola contra tan complexa e está tan chea de sutilezas metafísicas, a mercancia.

A sociedade do espectáculo, Guy Debord (1967)

Estamos a piques de entrar nun novo modelo de sociedade que facilitará principalmente, como vén sendo desde a creación da rede internet, a comunicación de información e cultura. Dentro desa comunicación hai obras que pola súa natureza están protexidas pola Lei de Propiedade Intelectual ao través do dereito de autor. A pesares de estar regulado especificamente en cada país ao na súa propia LPI, estes teñen que cumprir os convenios asinados a nivel mundial, principalmente no asinado no Convenio de Berna e tódalas súas posteriores regulacións. En definitiva, que o tema desta comunicación excede o ámbito propio e terá que estar en consonancia co resto de países e acordos internacionais onde existen incluso distintas concepcións sobre o dereito de autor.

Nestos primeiros comezos da sociedade entrelazada, a circulación por internet de contidos audiovisuais nos seus formatos dixitalizados amosou que o modelo de negocio tiña que mudar radicalmente para a súa comercialización na nova sociedade. Por primeira vez a industria non tiña control, non xa sobre os contidos a distribuír, senón sobre os propios formatos nos que se distribue a música. E non lle está a resultar nada fácil adaptarse, probablemente porque tampouco é que seña sinxelo.

Durante estes últimos tempos poidemos asistir a numerosos debates, a revolución non será televisada, nos que se intentan extraer conclusións sobre os problemas da industria trala aparición da rede Internet, na que calquera usuario pode transmitir música a outro usuario baixo os denominados programas “peer to peer” ou simplemente aproveitando os distintos protocolos da propia rede. Ao mesmo tempo a facilidade dos modos de copia dixital eo coñecido como top manta, agravan a sintomatoloxía dunha industria enferma desde fai moitos anos.

No referente a estrutura da industria vimos dunha etapa de concentración das numerosas vendas nun menor número de artistas e dunha concentración dun número menor número de artistas nun menor número de compañías discográficas. Esa concentración discográfica foi a mais quedando 5 multinacionais e en breve falaremos de 3 ou 4 multinacionais do sector. A industria independente tamén sufriu os envites do negocio e nese modelo de concentración o seu espazo tamén se viu reducido tendo moito menos marxe na rede comercial, simplemente suliñar a política dos grandes supermercados. En canto aos medios de comunicación, a desaparición de espazos musicais televisivos, a conversión da radio musical nun único modelo de radiofórmula e a ausencia de música na prensa diaria, axudaban a estreitar o cerco.

Neste comezo da sociedade dixital aparece un medio de comunicación baseado nunha estrutura de redes entrelazadas totalmente interactiva e que comunica dun soprido a todo o planeta. E iso implicará non só a propia compartición de contidos senón tamén a posibilidade de compartir a creación deses contidos.

A pesares do exposto fai non moito máis dun ano falaba cun directivo dunha multinacional do sector

e dicíame que a el non lle preocupaba ceder uns dereitos de transmisión en rede, que o que realmente tiña importancia seguía a ser o disco co seu formato, nese caso o CD. Fai non moito máis dun ano. ¿Alguén coñece algún departamento de I+D nas compañías discográficas? ¿Un sector co volume industrial que ten e non está a busca a través da investigación eo desenvolvemento nas novas tecnoloxías? Claro que un dos problemas e que no caso de ter un departamento de investigación e desenvolvemento estará no centro do poder económico mundial, nos EEUU porque a actual industria discográfica é simple sucursal, no modelo de mercado, das decisións tomadas polas súas matrices, cada día mais.

¿Como pode a industria discográfica manter o control e dominio do mercado dos contidos audiovisuais nunha sociedade na que a maior oferta provocará sen dúbida a atomización da demanda? ¿Que posibilidades teñen de limitar a oferta e reconducir ou controlar a demanda na sociedade dixital? ¿Cal é o papel das discográficas? ¿De quen serán os beneficios da distribución? ¿Que papel xoga o dereito de autor na sociedade dixital?

Para albiscar respostas a algunhas destas preguntas e para entender cara onde vai a industria audiovisual na sociedade dixital teríamos primeiro que entender cara onde vai a sociedade dixital e con ela os nosos dereitos. Non pretendan que eu respondo todas estas preguntas mais si que teño intención de dar algunhas das que eu participo como posibles respostas, que nos servirán para explicar a miña visión sobre a comercialización da música na sociedade dixital.

Hai moitas, e algunhas moi interesantes opinións e visións sobre o futuro da sociedade dixital de persoas vinculadas ao movemento de software libre, os cales levan moito tempo preocupándose de que queden espazos suficientes e terreos comúns onde se resgarden os nosos dereitos na sociedade dixital. Non son a persoa máis axeitada para falar das excelencia do software libre pero resulta imprescindible que subliñe algúns aspectos fundamentais para o resto da comunicación. O software libre está baseado nunha licencia que permite o seu exame e a súa modificación ou mellora e posterior distribución, isto implica algo nada trivial, o código é aberto e está a dispoñibilidade do usuario. Moitas veces tense confundido a palabra libre con gratuito e se ben pode dicirse que o uso maioritario do software libre é de forma gratuita, a GPL (General Public License) non implica que teña que facerse de forma gratuita.

O software na sociedade dixital é o que Yochai Benker¹ define nalgúnha publicación coma un contido funcional. Dentro dos contidos funcionais amais do software estarían incluídas a información técnica, política, cultural. etc. Doutro lado, aínda que poden estar no mesmo, estarían os contidos non funcionais, os contidos máis artísticos en xeral pero principalmente os incluídos dentro do mercado. Se tivéramos que xogar coa parábola do pescador os contidos funcionais serían á caña o que os contidos non funcionais serían ao peixe.

O éxito do software libre e as licencias GPL no software, tanto a nivel ideolóxico como a nivel técnico, fixeron que se abriaran perspectivas do traspaso de modelo de licencia aos contidos funcionais.

Producción e cultura na Sociedade Dixital

No seu artigo sobre a “Economía política do procomún”², Yochai Benker escribe que o punto de control sobre a produción e fluxo da cultura na sociedade dixital sitúase nas tres capas da mesma, e que para que realmente exista produción e comunicación libres ten que haber “pastos comúns” e n calquera das tres capas. Di que unha persoa debe ter algún grupo de recursos en ditas capas que permitan a esta persoa producir e comunicar información, coñecemento e cultura a calquera.

Esta capas son:

- A capa física, propiedade sobre cables, licencias inalámbricas, de telefonía, etc
- A capa lóxica, os estándares protocolos e software.
- A capa de contidos, propiedade intelectual e modelos de negocio.

Yochai Benker fala principalmente dos contidos funcionais e dos non funcionais acollidos a licencia de Creative Commons da que falaremos posteriormente.

Efectivamente é de suma importancia que o progreso cara á sociedade dixital desenvolva os avances xa producidos coa introducción de internet nas nosas vidas, e dicir que todos poidamos disfrutar das melloras tecnolóxicas nalgo tan vital na nova sociedade como é a comunicación. E penso que esta é unha loita básica nos dereitos fundamentais das persoas na sociedade que está por vir e que por suposto tamén terá influencia definitiva sobre os distintos modelos de negocio que se establezan.

Permítireime tamén falar dos terreos comúns precisos pero neste caso non pensado como os espazos de creatividade común senón como os espazos mínimos para que no mercado e baixo as súas lexislacións, aqueles que fan música libre pero ao paraugas do dereito de autor, teñan cabida sin ter que condicionarse as imposicións da industria. Efectivamente mais que un terreo común é un terreo tenebroso, pero no que se moven unha cantidade importante, senón maioritaria, de artistas. Remediable ou irremediabilmente. Tamén unha boa parte da industria independente na que se inclúe discográficas, managers, salas, festivais, publicacións en papel, en internet, radios alternativas, tendas etc, se moven neses terreos xunto cos artistas.

Dereito de Autor

Para os mais legos na materia decirlle a grandes rasgos que o dereito de autor pertence ao creador ou creadores das obras e que é ao artista ao que lle corresponden as regalías da explotación comercial das gravacións e por suposto os das súas representacións en directo e distintas formas de execución. Hai numerosos artistas que non son autores das súas creacións e numerosos artistas que interpretando maioritariamente obras de composición propia tamén o fan doutras alleas. O dereito de autor como remuneración, falando dos contidos económicos, son as plusvalías que xeneran as explotacións comerciais das súas obras por outros artistas ou por si mesmo. Si alguén se está a beneficiar economicamente da utilización da súa obra, ao autor correpondelle un tanto por cento.

Os defensores da Free Software Foundation (creadores da GPL) a Creative Commons, etc, non poñen nunca en dúbida a existencia do dereito de autor. Creative Commons propón terreos comúns nos que obras non mercantilizadas podan ter cabida no mercado audiovisual. Eu comparto ese interese, totalmente no referente aos contidos funcionais pero tamén teño moitas dúbidas no referente aos contidos non funcionais. Eu creo no dereito de autor pero téñoille pánico a lei de patentes.

Lawrencen Lessig³, xunto con outros prestixiosos avogados en propiedade intelectual poñen en marcha a finais do 2002 unha evolución da GPL ao mundo dos contidos non funcionais creando Creative Commons. A idea é a existencia de “música libre“ pero principalmente a existencia de comunicación libre, e dicir, non poñen en dúbida a existencia do dereito de autor pero fan unha transmisión a un “terreo común“ onde as regras non son as mesmas e donde fundamentalmente se reserve o dereito a poñer a disposición pública gratuita obras que doutro xeito non serían difundidas. A utilización de dita licencia obviamente implica que as obras acollidas a esta licencia e unha vez modificadas sigan reguladas por dita licencia. Creative Commons está plantexado na sociedade

americana, onde algunhas sutilezas do copyright ou o seu exercicio o fan ben distinto do dereito de autor. Baixo o copyright podense facer cesións do 100% sobre os dereitos das obras.

Entendo a necesidade dunha licenza que permita, no caso de ter decidido non comercializar a súa obra, difundila no maior grado posible, e que o exercicio do dereito de autor non lle poña impedimentos na súa difusión. Igualmente entendo que na sociedade dixital existe a posibilidade de novas formas de creación colectiva que precisan de espazo no dereito de autor. Pero francamente eu non vexo moitas ventaxas na aplicación deste tipo de licencias no mercado dos contidos funcionais é máis, vexo algunhas complicacións que tampouco vou detallar agora pero espero que no peor dos casos Creative Commons sirva para que o dereito de autor non actúe do lado da industria impedindo a pluralidade eo acceso dos Artistas aos novos medios de comunicación.

Certo é que baixo as licencias de Creative Commons tense a posibilidade de preservar os dereitos económicos si a obra vai ser explotada comercialmente, pero o estudo deses supostos acabará no mesmo fin de recorrido que o dereito de autor.

Hai outro punto importante de Creative Commons que non comparto é o do concepto de música “libre”. Eu teño a certeza de que a música é libre por natureza, que hai produtos precocinados entre os que incluso podes atopar algún que realmente foi feito con liberdade e tamén con mal gusto, pero que son libres. Que o feito de dar unha licenza previa para a adaptación, tradución ou modificación da obra non a fai máis libre, a música é unha fonte de código aberto. Por último lembrar novamente que autor e artista non son o o mesmo oficio.

Gustariame concluir con isto en que non vexo, nin polas visións mais rupturistas sobre sociedade dixital ao dereito de autor amenazado, a non ser coma sempre pola propia industria discográfica e agora polos seus novos aliados na sociedade dixital.

Industria audiovisual na sociedade dixital

Todo o que non seña terreo común nas tres capas definidas por Benker, será mercado, así que servireime desas tres capas para dar unha visión persoal sobre as manifestacións do mercado musical nesas tres capas.

1.- A capa física.

Unha das ventaxas da sociedade dixital é a posibilidade de acceder a infinita información, para a capacidade dunha persoa. Outra é a posibilidade de acceder a esta información de forma inmediata e en calquera lugar. O teléfono mobil foi unha ruptura coas limitacións físicas da comunicación y eu teño a crenza de que o coñecido hoxe como teléfono mobil será o interface que permanentemente nos conectará con calquer contido, e que funcionará ca sua caché pero que en definitiva nos conectará en cada momento cos servizos que decidamos escoller, e que esa interface será facilmente conectada en calquera dos reprodutores fixos, propios ou alleos, según a dimensión que lle queiramos dar a nosa reprodución. Tamén creo que a industria marcará os tempos do mesmo xeito que os marcou nos distintos cambios de formatos, cando teña un control absoluto da situación, e se pode ser “propietario“. O momento está cerca.

As concesións de frecuencias de telefonía son repartidas polos gobernos e isto sitúaaas localizadamente aínda que en base a distintos acordos resulten entrelazadas, e habitualmente non

caen en mans doutros colectivos que non exerzan algun tipo de poder, principalmente económico, e dicir a competencia voltaría ao modelo que estamos a punto de abandonar, a concentración nunhas poucas empresas dos contidos audiovisuais ea distribución. E probablemente e se non se impide igualmente pasará cos creadores e artistas ou cos consumidores que acabarán sometidos aos intereses desa industria

Indiscutiblemente serán moitas novas vantaxas que a sociedade dixital nos ofertará na explotación desta capa pero tamén estou convencido que é nesta capa onde mais sinxelo resulte seguir exercendo o control a industria ben baixo algunha das denominacións das catro ou tres multinacionais resistentes ou ben baixo as suas formas en simbiosis nos distintos sectores das telecomunicacións.

En garantir neste caso o acceso dos usuarios aos contidos ou o “acceso dos contidos as plataformas” que o distribuen aos usuarios residen os maiores perigos, algúns dos que xa nunca estivemos libres anteriormente, pero que agora tamén estaríamos a tempo de corrixir.

Cando falamos actualmente da sociedade dixital falamos principalmente de internet. Non vou expoñer aquí a miña postura sobre a evolución que pode levar internet e os perigos que a acechan, hai opinións seguro moito mais interesantes pero teño o convencemento de que a industria de contidos audiovisuais non sería capaz, menos mal, de controlar a rede, e que será moito mais intelixente que a rede siga a ser un espacio “libre“ para que o mercado circule por pasarelas nas que eles poden exercer un control efectivo. E dicir como na sociedade analóxica ou pre-dixital. Convertir o teléfono mobil nesa pasarela de contidos é un probable obxectivo das novas empresas capitalizadas nas tres capas pola industria en xeral. A industria musical hai anos que desapareceu en forma de departamento dentro dunha industria na que os obxectivos son simplemente o propio capital.

Ainda que efectivamente o mercado audiovisual mudará drasticamente hai moitos paralelismos coa estrutura que a industria discográfica mantén actualmente sobre o control do fluxo no mercado e as que se poden desenvolver ao través das súas plataformas para vendas de contidos. Farei unha breve descripción

Nestes anos, no mercado musical. non houbo grandes cambios tecnolóxicos e non foi preciso mudar case nada, xa que o cambio mais sulíñable foi o de formato entre vinilo e cd e simplemente se tomaron a molestia de duplicar o prezo ao consumidor e duplicar o desconto por formato aos artistas. Tamén foi o comezo da desaparición do single e doutras formas de comercialización xa que o cambio de formato e/ou avance tecnolóxico renovou tanto o parque de reprodutores como o de formatos reproducidos como dalguns dos usos domésticos. Nesta fase boa parte do control sobre as vendas de discos, ademais doutros factores algúns deles moi importantes como as campañas de marketing e promoción, exerceuse na colocación nas tendas das copias realizadas ou dito doutro xeito a distribución. Pretendo amosar que vimos dunha situación no mercado audiovisual no que non hai “terrenos comúns ou tenebrosos“ non xa na creación colectiva senón terreos comúns coas mesmas opcións de mercado, terreos que son básicos para a creación de “música libre“; e entendendo por ista non so na que o creador renuncia as súas plusvalias en beneficio dunha comunidade senón incluso na que recolle esas plusvalias en beneficio de si mesmo.

¿Quere isto dicir que en internet non medrarán as .com de contidos audiovisuais? Pois a verdade que penso que nese modelo non moito, pero como mínimo si que terían que manter posicións aínda que seña como simples portais cara as suas pasarelas, como os visionarios na internet do sector pornográfico, que xa canalizaban aos usuarios polos seus propios dialers. Non estou plantexando que internet vaia a menos nese sector no que en presenza na rede se refire, hai quedarán perfectamente os

banners publicitarios feitos en flash no que se convirten as páxinas senón que non irá a mais, que seguirá volcándose a información, pero non os servizos. Servizos que serán canalizados nas súas plataformas nos seus formatos propietarios, nos seus rexistros. Hai actualmente un modelo de negocio coas ipod que pasa pola eliminación do volcado ao PC e está a ter relativo éxito cando o maior valor engadido é a portabilidade dunha gran cantidade de música en formato dixital. A mesma Microsoft toma postura directa esta semana na participación do modelo e xa previamente ten colocado o seu capital nas empresas de telecomunicacións. Pois se o modelo ipod funciona, ¿que cabe pensar da venda con máis valores engadidos nun mercado controlado?.

Xa levo unha boa parte da miña comunicación sen ter pronunciada a palabra piratería pero seguro que algún papel tamén terá reservado. Dentro do esquema que estou plantexando Internet sería o que é agora en canto aos contidos musicais, unha radio-tv interactiva, unha radio-tv multidireccional, un medio de comunicación mais ou tódolos medios nun. E pese a que é na capa de contidos onde se deban establecer as diferenzas será nesta capa física e na capa lóxica onde se limite o denominado pirateo. Principalmente nesta capa física será a través da lei de patentes e as concesións ou accesos as plataformas privadas (distribuidoras) de contidos. En Internet se terán que desenvolver todas as iniciativas que teñan ou non interese en dar o salto a comercialización, onde indispensablemente terán que participar das normas do mercado xa veremos con que amplitude, e exercer o seu dereito de autor tal e como sucede na actual reprodución fonográfica. Por suposto que haberá xente facendo grandes esforzos por disfrutar de música de forma gratuíta, pero na capacidade da industria de atopar os valores engadidos no novo mercado, na educación e na capacidade de dificultar os procesos de copia, o pirateo terá menor influencia que a que tivo na sociedade analóxica. Actualmente os tons ou melodías son vendidos directamente desde teléfono mobil, hai formas de levar eses mesmos tons a un mobil de forma gratuíta, pero require de maiores esforzos ou algúns coñecementos técnicos. Non creo que a piratería seña un problema no seu próximo modelo de negocio.

Se as compañías de telecomunicacións teñen parte dos beneficios que antes acaparaban as distribuidoras das propias compañías, as discográficas evolucionarán máis cara a xestión de servizos, o mundo dixital tamén afectou aos procesos de produción e gravación, ao mesmo tempo gozarán dunha sólida posición cos seus amplos fondos de catálogo. Xa hai intentos por parte dalgunha compañía de entrar no management, merchandising e outras áreas que na sociedade analóxica non estaban ocupadas. No que respecta a venda de contidos eliminanse moitos dos pasos dos lanzamentos discográficos pero sobre todo haberá unha perda de relación da discográfica co artista que poden suplir ao moverse máis no terreo do management, onde están abertas moitas oportunidades de negociación de sponsorizacións, as cales de seguro terán maior incidencia que anteriormente.

A capa lóxica

Do mesmo xeito que na capa física sobre a capa lóxica pode exercerse un control absoluto pola ausencia de estándares en protocolos e nos sistemas operativos. E de sobra coñecida a posición monopolística que exerce no software a compañía privada Microsoft e iso antes de ter chegado á sociedade dixital. A salvaguarda da porción precisa para ter un mercado plural reside entre outros na existencia do software libre ea GPL, a licenza que da soporte legal para a súa libre distribución e/ou comercialización. Igualmente é fundamental que a lei de patentes non poda limitar mais si cabe a existencia de impedimentos nesta capa para o terreo común. Esta lei ameaza gravemente os espazos das capas físicas e lóxicas.

Recomendo que se informen do que representa o software libre e sobre a súa utilización nas distintas

asociacións para o fomento do mesmo, ou directamente na Free Software Foundation.

Os formatos de compresión evidentemente evolucionarán cara a maiores capacidades de compresión e maior calidade de grabación. Pensen vostedes que na sociedade analóxica ou na actual dixital os distintos formatos nos que nos poden ser suministradas as grabacións sonoras, vinilo, casete, cd. Minidisc, DVD e fáganse unha idea do que pode ocorrer na sociedade dixital cos formatos propietarios en software.

A capa dos contidos

As creacións audiovisuais son constantemente ameazadas polos modelos de negocio pasados, presentes e futuros. Se hai alguén que non vai desaparecer dos modelos de negocio anteriores serán os creadores e/ou artistas. Estou convencido de que o espazo preciso para o terreo común dos contidos non funcionais nesta capa ven dado polos espazos acadados nas anteriores capas.

Os contidos evidentemente tamén terán que mudar na súa formulación e na súa presentación ou posta a disposición. É probable un incremento importante nas sponsorizacións e na relación coa publicidade e formas de marketing da nova sociedade. Tamén é probable que sufra un notable incremento na colaboración que de sempre tivo a música co resto de artes. O valor gráfico das portadas, non o mítomano-conservacionista, será substituído por novos modelos de presentacións, uns mais artísticos outros mais comerciais ou simplemente comerciais.

Como tentei explicar anteriormente non creo que o dereito dos autores musicais resulten unha ameaza a sociedade dixital, mais ben ó contrario, aínda que claramente terá que adaptarse tamén a nova sociedade. Pero nun modelo no que o valor está no servizo o dereito de autor terá un bó caldo de cultivo

¿Que beneficios ten para os creadores a sociedade dixital?. ¿É posible atopar na sociedade dixital novos estados fluidos para a música?

Os contidos estarán influenciado polo dinamismo na nova sociedade en todo o seu desenvolvemento. No proceso de produción dun disco, ademais do proceso de creación e grabación musical, as novas ferramentas permiten incontables posibilidades. Os procesos de posta a disposición do público poden acelerarse enormemente e non estar comprometidos tan directamente polos plannings de marketing e promoción das compañías. Temos a posibilidade de vender cancións nun ritmo simplemente mais marcado pola creatividade e/ou produtividade (directos), aínda que efectivamente tamén existen moitísimas mais posibilidades para exprimir os controis comerciais sobre os contidos, o análise da información non pode invadir a nosa privacidade. Pero tampouco imposibilita a venda de formatos audiovisuais mais completos, interactivos ou conceptuais.

Como xa sinaléi anteriormente creo no actual teléfono mobil como un interface permanente y adaptable as distintas estacións de traballo ou pracer. Isto fará que a música teña maior presenza nas nosas vidas que a que tivo ata o momento. Con respecto ao mundo editorial tamén mudarán moitas cousas, entre outras as de habituais contratos por tódalas cesión tódolos países por todo o tempo posible e que se incrementará notablemente o volumen de negocio e as xestións sobre as licencias e os autores terán maior capacidade de control sobre as obras difundidas e agardamos que sobre o seu reparto.

Pero, ¿Hai motivos para ser optimistas? ¿Será o mercado capaz de mudar hábitos e adoptar un

modelo para os contidos audiovisuais que permita o fomento da cultura, diversa e plural? Eu non son optimista, mais non teño esa resposta.

X. Blanco