

Crisis, reivención y conflicto social en la industria musical.

Héctor Fouce¹⁶⁸

La crisis del mercado discográfico ha obligado a la industria de la música a reconvertirse; una de las vías elegidas ha sido la potenciación de la gestión de derechos de propiedad intelectual. Pero en la cultura digital, esta protección de los derechos de los autores está causando conflictos sociales, ya que se opone a las formas culturales dominantes en Internet, personificadas por los programas que permiten compartir archivos. El artículo analiza los posicionamientos de la industria cultural y de los usuarios en este conflicto social y cultural.

Palabras clave: industria musical, propiedad intelectual, cultura digital

1.- Introducción. De la crisis del mercado discográfico al auge de los derechos de autor

No es necesario ser un especialista en música o en industrias culturales para saber que la venta de discos es una actividad en caída libre. Son conscientes de ello los músicos, los productores y, probablemente en menor medida, los oyentes de música. Pero el hecho de que se vendan menos discos no tiene solo consecuencias en las cuentas de resultados de la industria, sino que ha dado lugar a la práctica desaparición, o especialización, de lo que durante décadas fue una actividad cultural de primer orden, una forma de socialización, de consumo y de creación de identidades juveniles, dando lugar a otras formas de consumo que devienen formas culturales.

Un simple dato sirve para entender la crisis de la industria discográfica en España: en 2003, cuando ya la crisis estaba iniciada, el mercado legal de música grabada llegaba a los 608 millones de euros (Promusicae 2005: 22), más de 6 veces el

¹⁶⁸ Héctor Fouce es catedrático de etnomusicología en el Conservatorio Superior de Música de Aragón y profesor en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Ha publicado los libros *La música pop y rock* (UOC, 2008) y *EL futuro ya está aquí. Música pop y cambio cultural* (Velego, 2007)

valor de ese mismo concepto cinco años después. Vender discos a día de hoy en España en un negocio en caída libre. Lo es en todo el mundo, pero especialmente en este país, acentuada por el hecho de que exista una industria ilegal de distribución de discos que en 2003 facturó, según las estimaciones de IFPI (cit en Promusicae 2005: 23), 47 millones de euros, lo que ha situado a España a la cabeza de esta actividad ilegal en todo el mundo.

A la vista de este descenso de ingresos, es evidente que la industria del disco, que, no olvidemos, está inserta en buena medida en grandes conglomerados de empresas multimedia multinacionales, requería de un giro para seguir sobreviviendo. Una de las salidas ha sido la potenciación de la música en directo (Fouce 2009), que ha requerido de cierta reorganización de las relaciones entre músicos y discográficas y de una notable reestructuración de la estructura empresarial (agudizada por la crisis económica en la que estamos insertos). La otra vía de reinención de la industria de la música ha sido la intensificación de la gestión de derechos de autor: esto ha permitido poner en valor los inmensos catálogos de las grandes compañías, que gestionan los derechos de propiedad intelectual (comunicación pública, transformación, copia privada) a través de compañías editoras. El contraste entre el auge de este negocio y la decadencia de la venta de discos es esclarecedor si volvemos la mirada a los resultados de la SGAE en 2007. “Los ingresos sociales obtenidos por la SGAE durante 2007 han alcanzado la cifra de 377,2 millones de euros, lo que representa un incremento del 10,1% respecto a los ingresos obtenidos en 2006, superando en 0,9% las previsiones presupuestarias fijadas para el ejercicio” explicaban en su memoria anual. SGAE 2007

2.- Autores y piratas

El éxito del nuevo modelo comercial lo ejemplifica EMI. En 2006, en plena retracción de las ventas de discos, los ingresos de EMI Publishing, su editorial, aumentaron un 5% y sus beneficios un 3%, alcanzando los 146 millones de euros. En 2001, la venta de discos suponía un 60% del negocio de EMI. En 2006, ese porcentaje había bajado hasta el 44%, mientras que el resto del volumen de negocio procedía de la comercialización de derechos para móviles, anuncios, videojuegos, karaokes o programas de televisión. No es de extrañar que la empresa fuese capaz de desembolsar 63 millones de euros para comprar el 20% del catálogo de Motown, el mítico sello de soul (Jacobs 2006, 8).

Los grandes conglomerados multinacionales, inmersos en procesos de concentración cada vez más oligopolísticos, se emplean a fondo para hacerse con los fondos de catálogo más amplios posibles. Corbis, la empresa de Bill Gates que gestiona imágenes, tenía en 2005 los derechos de más de 76 millones de imágenes, una parte ingente de la memoria visual de la humanidad. Y, según Jacobs, la compra de derechos es un campo en el que están entrando cada vez más los fondos de capital riesgo, ya que, en palabras de David M. Israelite, presidente de la patronal de editoriales estadounidense. “en una época en la que la piratería está llevándose una gran parte de los beneficios netos, una buena editorial puede encontrar nuevos ingresos” (ibidem)

El contraste entre el auge de la recaudación por derechos de autor y la decadencia de la venta de discos es esclarecedor si volvemos la mirada a los resultados de la SGAE en 2007. “Los ingresos sociales obtenidos por la SGAE durante 2007 han alcanzado la cifra de 377,2 millones de euros, lo que representa un incremento del 10,1% respecto a los ingresos obtenidos en 2006, superando en 0,9% las previsiones presupuestarias fijadas para el ejercicio” explican en su memoria anual (SGAE, 2007). Este incremento es casi dos veces y media el que tuvo la inflación (IPC 4,2%) y casi tres más que el crecimiento económico español (PIB 3,8%). Las ambiciones de la SGAE (2007) en su plan estratégico hasta 2011 pasan por “ mantener el ritmo de crecimiento de los últimos años hasta llegar a cifras cercanas a los 500 millones”

A pesar de los excelentes resultados y de los notables incrementos en la recaudación (que reflejan acuerdos por parte de grandes usuarios como RTVE, hasta ahora reticentes al pago de los derechos de autor que le correspondían) el informe de la SGAE señala constantemente que el gran enemigo a batir es la piratería. Durante unos años, las calles de nuestras ciudades estaban llenas de mantas que ofrecían discos de mala calidad a precios bajísimos, pero, como señala el propio Eduardo Bautista, esa piratería se muestra en claro descenso y supone ya menos del 10% del mercado. El nuevo enemigo a batir es la piratería online, ya que “crecen espectacularmente las descargas ilegales de contenidos en redes p2p: más de 1.200 millones de archivos musicales y por encima de los 300 millones de películas” (SGAE, 2007, 51).

Algunos estudios (AIMC 2007, DNX 2007) muestran claramente que el porcentaje de usuarios que pagan por la música que descargan con sus ordenadores es muy reducido. Sin embargo, hay una notable discusión sobre si este tipo de prácticas debe ser considerada piratería y sobre qué tipo de medidas se deberían aplicar para frenar esta práctica.

Edgar Bronfman Jr, dueño de Warner Music, declaraba en 2003 (Del Pino, 2003, 34) “no hay ninguna diferencia entre entrar en una tienda de discos, meterse cinco CD en el bolsillo y salir sin pagar, y descargarse 40 o 50 canciones de Internet. Un robo es un robo”. Una posición bien similar ha sido defendida por Eduardo Bautista y por la mayoría de los portavoces de la industria de la música en los últimos años. Sirva como ejemplo el *Manifiesto Derechos para todos en Internet*, suscrito en junio de 2008 por la Coalición de Creadores e Industrias de Contenidos:

Hablamos de la impunidad con la que se roba nuestro trabajo. Y de la necesidad de defendernos de ese ataque. Desde hace años vivimos el desdén con el que se contempla el saqueo a los bienes culturales que ponemos en el mercado. La descarga de obras sin licencia es un bombardeo a los puestos de trabajo de este sector, a los proyectos creativos, a los emprendedores que creen en su trabajo.

El uso del término piratería equipara la posición de los internautas que intercambian archivos en la red a la de las personas que vendían discos en la calle. Sin embargo, es obvio que hay, al menos, una notable diferencia: el intercambio P2P no se hace con ánimo de lucro. Es una actividad que realizan estudiantes, amas de casa, profesores, jueces, operarios o conductores de autobús, mientras que detrás de las mantas acarreadas por inmigrantes operan organizaciones criminales capaces de colocar en las ciudades españolas cantidades ingentes de copias ilegales con el fin de enriquecerse. El uso del mismo término para definir dos actividades que no tienen demasiado en común, más allá de hacer que el público no compre discos originales, está en el origen de buena parte de los conflictos en torno a la propiedad intelectual en los últimos años.

La industria de la música ha amenazado en repetidas ocasiones con emprender acciones legales contra los internautas que descarguen música masivamente, tal y como ha hecho la RIAA en Estados Unidos, amenazas que nunca se han concretado (véase Bravo, 2005, 27). Las denuncias se han focalizado en general contra páginas web que facilitaban enlaces para la descarga de ficheros, sin gran éxito. Las webs Spanishare y Sharemula no fueron condenadas por los juzgados madrileños al estimarse que facilitar intercambio de archivos sin ánimo de lucro no es delito (Bravo, 2007, 2008). En junio de 2008 Promusicae demandó por 13 millones de euros a Pablo Soto, un programador que había creado Blubster, ManolitoP2P y Piolet al considerar que sus programas estaban desarrollados "para el intercambio ilegal entre particulares de música protegida" y “con evidente ánimo de lucro”, mientras que su defensa entendía que estos programas

se habían creado para intercambiar archivos con licencia *copyleft* y que, en cualquier caso, no corresponde al desarrollador de los programas controlar el tráfico de ficheros en una red P2P.

La circular 1/2006 de la Fiscalía General del Estado fue promulgada para unificar los criterios del ministerio fiscal a la hora de perseguir los delitos contra la propiedad intelectual, y establece la diferencia entre "los intermediarios de la transmisión de información, el almacenamiento de datos o el enlace a contenidos proporcionados por los usuarios", disponiendo el criterio acusatorio que el Estado ha de seguir ante dichos delitos. Siguiendo los criterios de esta circular, la Fiscalía solicitó el sobreseimiento del caso Sharemula ya comentado.

En diciembre de 2008 un grupo de activistas organizó una protesta frente a la sede del PSOE en la madrileña calle Ferraz: tras avisar a la Unidad de Delitos telemáticos de la Guardia Civil de que se descargarían archivos musicales, nadie fue detenido ni hubo altercados. "De esta forma los manifestantes querían demostrar dos cosas: que descargar contenidos sin ánimo de lucro no es ilegal, como sugiere la reciente campaña del Ministerio de Cultura: *si eres legal, eres legal*, y que hay obras que sólo se pueden conseguir de esta forma, ya que dada su escasa rentabilidad no se editan" (Muñoz y Pérez-Lanzac, 2008)

Esta protesta surgía tras la divulgación de una masiva campaña de información del Ministerio de Cultura con el lema *Si eres legal, eres legal*, que incluía un decálogo de "las mentiras más difundidas sobre la propiedad intelectual" (Ministerio de Cultura, 2008) en el que mezclaba, cuanto menos, datos objetivos y opiniones valorativas, que han sido severamente criticada por los colectivos de internautas. "La campaña ha conseguido en apenas tres días convertirse en el blanco de las mofas de cientos de internautas a propósito de la mojigatería casi infantil (con errores gramaticales y ortográficos incluidos) de los mensajes elegidos por el Ministerio de César Antonio Molina para su cruzada contra el uso de los programas de intercambio de archivos *p2p* (*peer to peer*) como eMule" (Muñoz, 2008, 61)

Como ha señalado Muñoz (2008, 61) "la campaña sería simplemente anecdótica si no fuera porque esconde una ofensiva del Gobierno por tratar de poner freno al *p2p* en todos los frentes". La iniciativa del gobierno responde a las presiones que ha ejercido la industria de la música para crear una nueva legislación que obligue a los operadores de Internet a limitar o cortar el acceso a aquellos usuarios que realicen descargas masivas. Eduardo Bautista se quejaba en mayo de 2008 de que "todo el mundo sabe

que con 2 megas es suficiente para las funciones habituales de Internet, lo que pesan son las canciones y las películas. Es sintomático que el mercado discográfico haya caído casi en la misma proporción en la que ha subido la línea de negocio de la banda ancha", antes de exigir una mesa de concertación para que el valor añadido de los contenidos culturales beneficie también a sus creadores. (Ansorena, 2008)

El modelo de acuerdo al que aspira la industria de la música es la ley francesa (en la actualidad suspendida por la inconstitucionalidad de algunos de sus preceptos) que establece la suspensión del acceso a la red de aquellos que descarguen música ilegalmente, una medida que vendría precedida de dos advertencias previas al abonado a instancias de una autoridad independiente será creada a tal efecto e integrada por magistrados. La suspensión del acceso a la red podría durar entre 3 meses y un año y ser sustituida si se paga una multa. Con ello, el gobierno francés aspira a reducir los actos de piratería entre un 70% y un 80%. Un portavoz del gobierno francés defendió la dureza de la ley porque "responde a una situación de urgencia, la economía del sector cultural y la renovación de la creación están amenazadas por el robo sistemático de obras en las redes digitales". (El Mundo, 2008)

Hasta ahora, los operadores de Internet, agrupados en RedTel, se habían mostrado reticentes a colaborar en este tipo de políticas, que sin duda indignarán a sus clientes y afectarán a sus cuentas. Sin embargo, en noviembre de 2008, el presidente de la Coalición de Creadores e Industrias de Contenidos, Aldo Olcese, anunció que la industria cultural y los proveedores de acceso a Internet presentarían un acuerdo al ministro de Industria para regular el tráfico de archivos en Internet. En lugar de esperar a la iniciativa política, la industria de la música ha logrado convencer a los proveedores de Internet para llegar a un acuerdo que el gobierno sancionará legalmente a posteriori (Criado, 2008) De hecho, el secretario de Estado de Telecomunicaciones, Francisco Ros, aseguró que el Gobierno no descarta reformas legales para que los operadores de telecomunicaciones puedan mandar avisos a los usuarios si descargan contenidos protegidos. (El País, 2008c). En la actualidad estas negociaciones están suspendidas y el gobierno aún no ha definido cuales serían las líneas maestras de una ley sobre este tema.

Este anuncio del gobierno de España fue realizado a la salida del Consejo de las Telecomunicaciones de la Unión Europea que suprimió la enmienda 138 propuesta por el parlamento europeo que imponía la autorización judicial para cortar el acceso a Internet por descargas de archivos sujetos a derechos, y que permitía dar carta de legitimidad a las normativas francesa e inglesa y a la posibilidad de una reforma en España. Sería "muy importante para España, que ostentará la presidencia europea el

primer semestre de 2010, apadrinar una directiva que diese seguridad en el tráfico por Internet y protección a los derechos de autor”, decía Aldo Ocese al anunciar el acuerdo con la operadoras de Internet en España. Probablemente la supresión de la enmienda 138 –que aún debe ser discutida por el Parlamento Europeo- sea el primer paso hacia ese directiva tan querida por la industria de la música. Cabe recordar que la independencia de la autoridad sancionadora (HADOPI) frente a los jueces es la razón principal que el Consejo Constitucional francés ha alegado para frenar la aplicación de la ley francesa.

El gran eje argumentativo que sostiene todas estas acciones es que Internet atenta contra la propiedad intelectual y que hay que defender esta si queremos que siga existiendo la cultura. Sin embargo, son muchas las voces, desde un amplio espectro de posiciones políticas, que se han alzado en contra de este argumento. Algunos de estos argumentos han sido recopilados en anteriores trabajos míos (Fouce 2005, 2006, 2007), recogiendo las aportaciones de algunos de los principales críticos al actual régimen de propiedad intelectual, desde los que abogan por la supresión directa de todo derecho de explotación (Smiers 2001, 2006), las que cuestionan su legitimidad (Klein 2001) o quienes proponen que, frente a un sistemas de “todos los derechos reservados” exista un régimen que permita al autor decidir que derechos se reserva y cuales comparte (Lessig 2005).

Las propuestas de Lessig son las que más profundo han calado a nivel social, a partir de la implementación de las licencias Creative Commons, utilizadas ya para difundir material cultural muy diverso. El argumento de Lessig, profesor de derecho en Stanford y que se define como un republicano moderado, es que vivimos en una cultura del permiso, de modo que para realizar la mayoría de las operaciones culturales que caracterizan nuestra era digital es necesario contar con permisos de autores o editores, lo que constituye un freno a la creatividad. Lessig considera que las regulaciones de la propiedad intelectual están en contra de la nueva creatividad; en un momento en que cientos de adolescentes cuelgan videos en YouTube realizados a partir de fragmentos de series o películas o dibujos animados, “no podemos matar esa creatividad, la ley solo puede criminalizarla. No podemos hacer que nuestros hijos se conviertan en seres pasivos, llamarles sencillamente piratas. Hemos convertido a los creadores en revendedores en el mercado negro” (Fernández de Lis, 2007, 58).

Para Lessig, no puede haber creación sin industria, aunque considera que el modelo de industria cultural desarrollado en el siglo XX ya no es válido hoy. “Lo que hay que pensar es si el modelo de protección de las obras de Madonna es el que tiene

sentido para todas las formas de creatividad del mundo” (Fernández de Lis, 2007, 58). Lessig no vacila, en su monumental libro *Cultura libre* (2005), en calificar de “guerreros del copyright” a los defensores a ultranza de las regulaciones restrictivas en materia de propiedad intelectual.

3. Canon digital y debate democrático

Una de las batallas mediáticas más importantes que han surgido en torno a la música digital –y que envuelve de lleno la cuestión de la propiedad intelectual- tiene que ver con el canon por copia privada. Este es uno de los derechos de explotación de los autores: la normativa española permite que se realicen copias de los materiales culturales para uso propio y sin ánimo de lucro, copias cada vez más fáciles de hacer una vez que el material está digitalizado. Puesto que ello supone un lucro cesante –si copio un CD evito comprarlo- los fabricantes de los dispositivos capaces de hacer copias (grabadoras de CD y DVD, discos grabables, scanners, fotocopiadoras...) pagan una cantidad fija a las entidades de gestión de derechos de autor por cada uno de esos dispositivos.

El canon, que ha supuesto unos ingresos de más de 95 millones de euros para las distintas entidades de gestión, ya se venía pagando desde 1987. Sin embargo, han surgido múltiples voces en su contra. Una encuesta realizada entre 7.454 lectores de *El País* arrojaba un resultado arrollador: el 94% de los encuestados se mostraba contrario al canon (<http://www.elpais.com/encuestas/resultados.html>).

Cabe preguntarse por qué este tema ha surgido con tanta virulencia en nuestro entorno contemporáneo. Las reformas de la Ley de Servicios de la Sociedad de la Información (LSSI) y de la Ley de Propiedad Intelectual motivaron profundos debates más allá de los legisladores y pusieron el tema en el punto de mira de los medios. Los juegos políticos contribuyeron a embrollar más el debate. El senador de Iniciativa por Catalunya Jordi Guillot presentó una propuesta de eliminación del canon que fue apoyada por el Partido Popular. Mariano Rajoy manifestó que “no pueden pagar todos los ciudadanos sobre la base de ser sospechosos de hacer cosas que no son legales”. De este modo, lo que era una discusión en foros especializados en tecnología o derecho se convirtió en un problema político y mediático.

Llama la atención que desde posiciones tan dispares como el diario *Público*, situado a la izquierda del espectro político, o *Periodista Digital*, de derecha radical, se hayan compartido argumentos, a veces no muy sólidos, contra el canon, personalizando

en la SGAE todos los males causados por el canon. Me gustaría indagar en tres argumentos que estructuran la disputa.

3.1.- Contradicciones legales

En primer lugar, los críticos se quejan de que el canon es indiscriminado y no diferencia los usos de los soportes y aparatos para la copia de materiales sin derechos de autor, como copias de seguridad, maquetas de grupos... La suposición de que si un soporte puede ser susceptible de copiar material protegido va a servir para ello puede ser discutible, pero el coste, no solo económico, sino social, de controlar el uso real de los soportes sería insoportable.

Sin embargo, otras críticas tienen más peso específico. Una de ellas es que al mismo tiempo que se cobra un canon por copia privada se permite la introducción de programas o dispositivos que impiden la copia. “Es decir, que si alguien compra una película original en DVD y desbloquea la anticopia que lleva incorporada para ejercer su derecho a la copia privada, está cometiendo un delito. “¿Por qué pago por algo que me prohíben hacer?”, se preguntan miles de consumidores” (Muñoz 2007, 36)

Otra discusión que genera el canon está relacionada con las descargas de música en Internet. A pesar de que las entidades de gestión de derechos de autor, como hemos visto, consideran que esas descargas son ilegales al no contar con la autorización de sus propietarios, son muchos los que opinan que en tanto los discos duros, las memorias USB, los teléfonos móviles o los CD pagan un canon por copia, esta viene a ser un permiso de facto para copiar música. Para el abogado David Bravo "si las descargas son ilegales como afirman las entidades de gestión, no deberían cobrar un canon por ellas. Por lo tanto, es jurídicamente insostenible decir que las descargas no constituyen copia privada y que son ilegales y, al mismo tiempo, señalarlas como la principal justificación de la existencia del canon" (Muñoz, 2007). Eduardo Bautista se mueve en la indefinición entre ambas posturas cuando afirma que la copia privada es “el más social de los derechos porque si no existiese todas las descargas serían ilegales, y te podría caer un paquete como pasa en Estados Unidos por bajarte algo de Internet” (ibidem)

Es decir, que más allá del debate sobre si el canon es justo o no, y de si la tarifa es ajustada o elevada, el canon se convierte a menudo en un “derecho virtual” (De Vicente, 2007). El uso de tecnologías anticopia y la apelación a otras regulaciones que convierten la copia en ilegal chocan con el pago de un derecho que no siempre se puede ejercer

3.2.- Deslegitimación de los defensores del canon

El colectivo de artistas y creadores “considera que si se elimina el canon muchos creadores podrían perder hasta el 50% de los ingresos y algunos caer en la indigencia”, explicaba Ramón Muñoz (2007) en su crítico reportaje sobre el canon digital. Esta es también una de las líneas maestras del discurso de Eduardo Bautista a la hora de defender el canon. Sin embargo, cada vez que los autores se manifiestan en defensa del canon los que ponen la cara son los artistas famosos y pujantes. Entre los firmantes del manifiesto a favor del canon que se divulgó a finales de 2007 en torno a la enmienda de la LSSI ya comentada, estaban Leonor Watling, Miguel Bosé, Ana Belén, Raphael, Marta Sánchez, José María Cano o Ana Torroja. No parece pues que haya coherencia alguna entre el discurso sobre la pauperización de los artistas y unos representantes suyos envueltos en éxito y glamour. Parece complicado que el público se pueda sentir culpable por descargar música de Internet o que acepte el canon digital por empatía o solidaridad con los autores cuando estos aparecen representados por personas que ganan bastante más dinero que la media de los trabajadores.

3.3.- Discursos radicales y cerrados al diálogo

En una intervención en el Foro de la Nueva Economía a la que tuve oportunidad de asistir, Eduardo Bautista reaccionó con irritación ante una pregunta sobre el canon: “El canon es agua pasada. Se paga y ya está, y al que no le guste que se aguante. Yo también pago muchas cosas como ciudadano que no me gustan”.

Mientras se debatía la LSSI, en marzo de 2005, diversas organizaciones relacionadas con la industria de la música escribieron una carta (ACAM 2005) al ministro de industria, en aquel momento José Montilla, celebrando que la ley venía a “a poner orden en un sector –el del comercio digital de contenidos culturales- que ha venido actuando sin ningún tipo de control”. Tras glosar su compromiso con la sociedad de la información y su rechazo a la piratería, se manifestaban en contra de que “organizaciones, supuestamente representativas de distribuidores y consumidores, cuyas actuaciones en los actuales marcos jurídicos, les coloca fuera de la legalidad, exijan intervenir en la redacción de la futura ley”.

Las otras partes también tiran con munición de calibre grueso. Sirva como ejemplo la tremendista esquila que la Asociación de Internautas publicó cuando la LSSI fue aprobada y que reproducimos un poco más abajo. El presidente de la AI

declaró en esa ocasión, en referencia a la obligación de las entidades de gestión de renegociar las tarifas del canon si sus ingresos sobrepasaban una cantidad dada, que “dado el nivel de opacidad, la voracidad recaudatoria que practican y la falta de transparencia con la que se gestionan dichas entidades, es como poner a una zorra a cuidar el gallinero de nuestros dineros” (AI, 2008)



Si unimos los dos puntos anteriores a este tipo de excesos dialécticos, practicados por ambas partes del enfrentamiento, se niega toda posibilidad de crear un espacio de discusión que es lo propio de una democracia. Es cierto que la industria de la música y sus representantes –que, curiosamente, la gran mayoría de los ciudadanos personifica en la SGAE, probablemente debido a su constante, y polémica, presencia en los medios de comunicación- no tienen mucha facilidad de granjearse el apoyo de los ciudadanos en tanto en cuanto aparecen retratados, de forma torticera como hemos visto, como avaros acumuladores de riqueza frente a unos a menudo interesados defensores de la cultura libre y gratuita. Sin ese apoyo, difícilmente se puede lograr el tan aireado objetivo de lograr que la sociedad española se conciencie de la importancia económica y cultural de los derechos de autor.

En línea con este argumento, ciertos comportamientos, y los argumentos usados para justificarlos, contribuyen a deslegitimar a estos actores. En la presentación del informe de gestión 2007 de SGAE, Eduardo Bautista explicó que el informe del año anterior no había sido presentado en público porque “habíamos estado muy ocupados defendiéndonos con las polémicas de la copia privada y no tuvimos tiempo para hablar de las cifras” (Ansorena, 2008). Cuando, en la citada sesión del Foro de la Nueva Economía, Bautista fue inquirido a dar los nombres de las dos personas que más ingresan derechos de autor en España, declinó responder amparando en la Ley de

Protección de Datos. Parece inevitable que, a la vista de comportamientos semejantes, los ciudadanos sientan, cuanto menos, desafección.

4.- Los oyentes de la cultura digital

Hasta aquí hemos analizado datos objetivos y hemos escuchado las voces de los grandes actores sociales. Sin embargo, tal y como comentaba en la introducción, los cambios económicos, legales y tecnológicos que caracterizan el ámbito de actuación de estos actores van acompañados por otros cambios, culturales y sociológicos, en los entornos sociales inmediatos, microsociológicos si se quiere.

Las formas de adquirir y escuchar música, las relaciones con el entorno digital, los puntos de vista sobre la industria de la música y sobre los debates en torno a la piratería y a la supuesta ilegalidad de la descarga de ficheros desde Internet forman parte de la experiencia cultural (y política, aunque no se exprese en esos términos) de los ciudadanos. En un estudio reciente (Fouce 2009) he indagado en cómo la experiencia musical ha ido variando entre las generaciones más jóvenes, que se han socializado desde la infancia en un entorno digital, y los jóvenes adultos que, aún manejando los entornos digitales en el trabajo y en el ocio, han incorporado este bagaje más tardíamente. Me interesaba delinear las diferentes experiencias en torno a la música: primero, la de una generación que creció con el vinilo y las cintas de cassette, que vivió la primera ola de la música digital de la mano del CD y que fue observadora privilegiada de los primeros sistemas de intercambio de música, de Napster a Kazaa. Frente a ellos, los que apenas salen ahora de la adolescencia y que son ajenos a la experiencia de darle la vuelta a un vinilo o de comprar un CD, pero que constantemente escuchan música bajada desde Internet. En el medio, la generación que está ahora en la universidad, que nació cuando la música no era aún un entorno digital pero que, justo en el momento de ganar sus independencia y acceder a la juventud vivió la eclosión de las redes y el declive de la industria discográfica.

La idea de que la cultura digital abre una brecha generacional importante está en la base de la distinción que Mark Prensky (2001) acuñó entre nativos digitales e inmigrantes digitales para intentar entender las diferentes maneras de relación con el conocimiento que se producen entre quienes se han criado en la cultura de los videojuegos, los ordenadores e Internet y los que se aproximan a estos entornos culturales con interés pero manteniendo otras lógicas culturales.

La investigación se articuló, por tanto, en torno a la edad como variable para determinar los entrevistados, en virtud de las diferentes experiencias vitales explicadas en la introducción. Se hicieron tres entrevistas en grupo, una con estudiantes de 3º de ESO (GESO), otro con alumnos universitarios (GUNIV) y otro con jóvenes adultos, entre los 25 y los 35 años (GJA). Es evidente que tanto la metodología como la muestra son limitadas y que es posible criticar el alcance de los hallazgos debido a la simplicidad latente. Sin embargo, espero que esta investigación funcione como una forma de delimitar cuales son los grandes aspectos que un trabajo más detallado debería poder ampliar.

La valoración moral de la actividad de bajar música de Internet cambia con la edad. Los nativos digitales puros, que se han criado con la experiencia práctica de que la música es como el agua del grifo, algo que está ahí nada más pulsar un botón, no manifiestan ningún tipo de inconveniencia. Entre los universitarios, el sentimiento de culpa asoma de vez en cuando. “Yo compro los discos de mis grupos favoritos y me bajo otros, pero al principio me daba cargo de conciencia” (GUNIV). Entre los adultos se establece una comparación entre experiencias pasadas y las actuales: “Yo he robado discos en El Corte Inglés y lo hacía acojonado, sudando, con cargo de conciencia, a ver si me pillan. Eso no te pasa cuando bajas música de Internet” (GJA) “Sabemos que está mal o que no está del todo bien. Porque haya muchos motivos para hacerlo no está bien. Pero no se pueden poner puertas al campo” (GJA)

Existe una idea que unifica la valoración que todos los grupos hacen del uso del P2P: todo el mundo lo hace, y no se puede perseguir a todos los ciudadanos por algo socialmente aceptado. “Es difícil mear en El Corte Inglés, pero con Ares estás en casa y además todo el mundo lo hace” (GESO). “Yo creo que el hecho de que todo el mundo lo haga es muy importante. No tenemos consciencia de delito, a lo mejor nunca la tendremos” (GJA)

Las campañas emprendidas por la industria musical y por el ministerio de cultura con vistas a lograr esta concienciación social –a las que ya me he referido– no parecen tener ningún tipo de efecto en los públicos, tengan la edad que tengan. “Nadie hace caso a esas campañas, si vas al cine y la ponen estás hablando con la gente hasta que empieza la película” (GESO) “Te dan tanto la matraca, que pasas. Además, las condenas por este tipo de cosas no tienen sentido, resulta que te caen más años por bajarte algo de Internet que por robarlo en una tienda” (GUNIV) “Esta es una sociedad de mercado y estamos en una revolución tecnológica, como lo fue la imprenta. Las formas de producir música van a tener que cambiar” (GJA). “Cuando los artistas se

manifiestan ¿por qué siempre van Miguel Bosé o Alejandro Sanz? ¿Por qué no van artistas como Quique González? ¿Por qué van los que venden un millón de discos y no los que venden diez mil?

Además de que los diferentes grupos se muestran ajenos al contenido de las campañas, se entiende que no sirven para nada si no hay un cambio de actitudes en la industria y si las propias campañas no buscan otras formas de llegar a la gente. “Los más jóvenes no tienen mala conciencia, lo hacen porque es fácil, gratis y todo el mundo lo hace. Las campañas van dirigidas a gente como nosotros, pero el gran target son esos chavales. Los publicistas tienen un trabajo pendiente que te cagas para convencer a esa gente de que es mejor comprar. Tendrán que poner los discos muy baratos y venderlos en Internet o a través de los propios músicos. Buscar nuevas estrategias” (GJA)

Esta falta de concienciación social que todos los grupos de edad comparten arraiga en una desconfianza, también compartida por todos, hacia los responsables de decidir qué música circula y cuál no, personificadas en las discográficas y en las radios. “Las compañías hacen que los discos sean peores; hay un grupo que tiene las letras que tiene, que a lo mejor hablan de violencia o tienen un mensaje político y al final si te promocionan es para que pongas lo que ellos quieren” (GESO) “Se paga por muchas cosas y yo no sé si se cobra equitativamente” (GNIV) “Muchas veces la razón para comprar un disco no es que sea bueno, sino una estrategia de marketing” (GJA)

La radio musical sufre un notable rechazo, al presuponerse que sus selecciones están directamente en manos de la industria. “Yo no me fío mucho de la radio. Antes escuchaba los 40, pero en un momento te das cuenta de cómo funcionan y ya pasas” (GUNIV) “Los chavales escuchan las tres canciones de las radiofórmulas y se las bajan. Ya nadie se escucha un disco entero” (GJA). “Los programas de televisión son pocos, y además no dejan tocar a los músicos en directo, y eso los músicos lo odian” (GUNIV) “Hay muy poca promoción de grupos nuevos en la FM” (GUNIV)

Frente a estas críticas y desconfianzas ante los habituales prescriptores, surgen con fuerzas los sistemas de recomendación ligados a los grupos (MySpace) o a los gustos de los usuarios (Last.fm).

Volviendo al uso de los programas P2P y las descargas de música, preguntamos en los tres grupos por la opinión sobre el canon. Hay un muy tibio rechazo ocasionalmente, pero sobre todo se comparte el argumento de que el canon legitima la descarga de música. “Si te has comprado un CD puedes hacer con eso lo que quieras” (GESO). “Si pagas 20 euros más por una impresora con la que solo imprimes tus

apuntes, pues lo compensas con la bajada de música. Mientras sea sin ánimo de lucro...” (GUNIV)

Los grupos de más edad están más informados sobre el tema y tienen posiciones más definidas. En el grupo de adultos, se señala que “tú pagas el precio final del equipo y no miras cuanto es el canon. Es una discusión ideológica, no de precios. De hecho, las cintas ya pagaban canon y nadie hablaba de eso” (GJA). “Yo veo lógico lo del canon, al fin y al cabo lo que descargas es el trabajo de alguien. También es cierto que se supone que uno se dedica a la música por amor al arte y que cuando tocas porque hay que comer la música cambia. Pero si la música le cuesta pasta a la gente que la hace, hay que devolverle esa pasta de alguna manera” (GUNIV)

En línea con la desconfianza hacia las discográficas los adultos asumen que las discusiones sobre el canon son ideológicas aunque los promotores del canon lo hacen por motivos económicos. “Mis padres tienen más de sesenta años y tienen muchas cintas grabadas. ¿Qué pasa, que antes no se grababa? ¿Por qué ahora surge lo de la ilegalidad? Porque ahora les duele en el bolsillo, y antes convivían los dos sistemas” (GJA) “Cuando surgen las cintas, la industria echa a temblar. Con el CD te hacen cambiar de equipo y volver a comprar los discos. Y ahora se encuentran con que el nuevo sistema no lo han inventado ellos” (GJA)

5.- A modo de conclusión

La velocidad de los cambios en los entornos mediáticos y culturales digitales amenaza con arrinconar los análisis críticos. Seducidos por las promesas de democratización del conocimiento y el saber o abrumados por la ingente cantidad de información que caduca con rapidez, a menudo los trabajos académicos terminan por aportar muy poco sobre temas ubicados en el centro de los debates sociales.

Este ha sido el caso de los trabajos sobre propiedad intelectual; hasta hace muy poco apenas se mencionaba esta faceta de las industrias culturales en los estudios de la economía política, más centrados en las constantes recomposiciones de los conglomerados mediáticos. Y sin embargo la propiedad intelectual aparece situada a día de hoy en el corazón mismo de la cultura. Desde que Barthes (1987) y Foucault (1969) analizasen la debilidad de la propia idea del autor, las industrias culturales se han reorganizado en torno a la gestión de estos derechos. Ciertamente es que también han surgido poderosas iniciativas (críticas y prácticas, como Creative Commons) que discuten esa centralidad del derecho de autor.

En las elecciones al Parlamento Europeo de 2009, el Partido Pirata sueco ha logrado un escaño. Al mismo tiempo, los periódicos están trufados, de forma cotidiana, de noticias sobre conflictos relacionados con la propiedad intelectual (en los días en que se escribía este texto, el pueblo de Fuenteovejuna se enfrentaba a la SGAE con motivo de los pagos de derechos por las representaciones populares de la obra de Lope de Vega y la Unión Europea anunciaba cambios en la legislación sobre libros para facilitar iniciativas de digitalización). Parece que, definitivamente, la forma de gestionar el legado cultural desde las industrias mediáticas se ha convertido en un problema político.

En estas páginas he intentado ejemplificar dos ideas: que la industria de la música está mostrando el camino a seguir para el resto de las industrias de la cultura y que los cambios que se producen en los niveles superestructurales (la tecnología, la economía, el derecho) están en relación dialógica con las prácticas culturales y sociales de la cotidianidad, y mediados por tanto por la experiencia generacional, local, de clase, de género, etc... Por tanto, la ambición de este texto no va más allá de trazar un camino a la investigación y a la crítica, a partir de la premisa de que está en juego qué modelo de cultura queremos, que a la larga implica qué tipo de sociedad queremos.

Bibliografía

ACAM et al (2005): *Carta al ministerio de industria* .15 de marzo de 2005 en http://www.acam.es/pubdocs/documentos_32_LANG1.pdf (acceso 3 septiembre 2009)

AIMC (2007) *Navegantes en la red* en http://www.aimc.es/aimc.php?izq=audiencia.swf&op=uno&pag_html=si&dch=03internet/31.html (acceso 3 septiembre 2009)

Ansorena, J (2008): "La SGAE duplicará sus ingresos por copia privada con el nuevo canon digital" en *Expansión*, 7 de mayo de 2008 <http://www.expansion.com/2008/05/07/entorno/1120217.html> (acceso 3 septiembre 2009)

Barthes, R. (1987) "La muerte del autor", en *El susurro del lenguaje*, Barcelona, Paidós

Bravo, D: (2005) *Copia este libro*. DNEM. Madrid.

Coalición de Creadores e Industrias de Contenidos (2008): *Manifiesto. Derechos para todos en internet* en http://www.sgae.es/recursos/documentacion/Manifiesto_Derechos_para_todos_en_Internet.pdf

- Criado, M.A. (2008): “Acuerdo para frenar las descargas en España” en *Público*, 27 de noviembre de 2008, pp.36-37
- De Vicente, J.L (2007) “Copia privada, ese derecho virtual” en *Elastico.net*, 22 de diciembre de 2007, en http://elastico.net/archives/2007/12/copia_privada_e.html
- Del Pino, J (2003): “No hay diferencia entre robar un CD y piratearlo. Entrevista con Edgar Bronfman Jr” En *El País*, 7 de diciembre de 2003, p.34
- DNX (2007) *Desafíos para el copyright. Música y cine en la era digital* en http://dnxgroup.com/ideas/trends/dnxTrends-Cultura_Digital.pdf (acceso 3 septiembre 2009)
- El Mundo (2008): “Francia presenta su proyecto par cortar internet a quienes intercambien archivos” en <http://www.elmundo.es/navegante/2008/06/18/tecnologia/1213796330.html>
- El País: (2008) “El Gobierno español estudia fórmulas para controlar los intercambios de archivos en P2P” en *Ciberpaís*, 4 de diciembre de 2008
- Fernández de Lis, P (2007): “La ley está en contra de la nueva creatividad. Entrevista con Lawrence Lessig” en *El País*, 6 de junio de 2007, p.58
- Fiscalía General del Estado - Circular 1/2006
- Foucault, M (1969) "¿What is an author?", en Rabinow, P (1984) *The Foucault reader*. Nueva York. Pantheon, pp.101-120
- Fouce, H (2005) “Frankenstein en el estudio de grabación. Intertextualidad, derechos de autor y música popular” en *Nassarre*, nº 21, 2005
- Fouce, H (2006) “La privatización de la memoria sonora: amenazas a la cultura común desde los derechos de propiedad intelectual” en *Pensamiento crítico, comunicación y cultura*. Sevilla. Universidad de Sevilla
- Fouce, H (2007) “Modelos de negocio, modelos de cultura. La industria de la música ante la globalización” en Fernández Liesa, C y Prieto de Pedro, J (2007) *Cultura y comercio en la Comunidad Internacional*. Escuela Diplomática. Madrid. Pp. 395-414
- Fouce, H (2008) “No es lo mismo”: audiencias activas y públicos masivos en la era de la música digital” en AGUILERA, M; ADELL, J.E; SEDEÑO, A (eds): *Comunicación y música 2. Tecnologías y audiencias*. Barcelona. UOCpress.
- Fouce, H: (2002) “La música pop se hace digital: oportunidades y amenazas para la cultura” en *Actas del IV Congreso Internacional Comunicación, universidad y sociedad del conocimiento*. Universidad Pontificia de Salamanca: Salamanca 2002
- Fouce, H (2009) *Prácticas emergentes y nuevas tecnologías. El caso de la música digital en España*. Madrid. Fundación Alternativas

- Jacobs, A (2006): “Una nueva estrella en el negocio musical: la editorial” en *The New York Times*, edición española, 11 de mayo de 2006
- Klein, N (2001): *No logo. El poder de las marcas*. Barcelona. Paidós
- Lessig, L: (2005) *Cultura libre* en <http://cyber.law.harvard.edu/blogs/gems/ion/Culturalibre.pdf>
- Ministerio de Cultura, 2008. <http://www.siereslegalereslegal.com/portada.php> [acceso 5 de septiembre de 2009]
- Muñoz, R (2007): “Ataque preventivo a tu bolsillo” en *El País*, 20 de diciembre de 2007, p.36-37
- Muñoz, R (2008c): “Sensiblería contra el P2P” en *El País*, 29 de noviembre de 2008, p.61
- Muñoz, R y Pérez-Lanzac, C (2008) “El principio del fin de la era P2P” en *El País*, 21 de diciembre de 2008, p.57
- Prensky, M (2001): “Digital natives digital immigrants” en *On the Horizon*, MCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001
- Promusicae: (2005) *Libro blanco de la música en España*. Promusicae. Madrid
- SGAE: (2007) *Informe de gestión y responsabilidad social corporativa 2007* en http://www.sgae.es/recursos/informes/memoria_2007/INF-GEST-SGAE2007.pdf [acceso 5 de septiembre de 2009]
- Smiers, J (2001): “La propiedad intelectual es un robo” en *Le Monde Diplomatique*, Ed. española, septiembre 2001, p. 28
- Smiers, J (2006): *Un mundo sin copyright*. Barcelona. Gedisa.